

# **“Estatísticas de Turismo Urbano. O Centro Histórico do Porto e o Turismo.”**

*Francisco Dias*

(Professor Associado do Instituto Politécnico de Leiria/Presidente da Associação Portuguesa de Turismologia/Membro do GITUR)



## Introdução

O presente texto traduz no essencial uma comunicação subordinada ao tema “Estatísticas de Turismo Urbano. O Centro Histórico do Porto e o Turismo”, apresentada no Seminário “Centros Históricos – Passado e Presente”, que decorreu na Faculdade de Letras da Universidade do Porto, de 10 a 12 de Março de 2010.

A primeira parte desta comunicação é dedicada à questão das estatísticas do turismo. Não será exagero afirmar que a estatística constitui a base de legitimação e o fundamento de todos os discursos elaborados a propósito do fenómeno do Turismo. De facto, é nos dados estatísticos que se ancoram os diagnósticos e as conclusões, bem como os argumentos e os juízos, de todos os actores sociais que povoam o campo sociopolítico do turístico: políticos, cientistas, gestores, empresários, etc.

Com o objectivo de desenvolver políticas de turismo eficazes e de monitorizar os investimentos da iniciativa privada e a aplicação de fundos públicos foram criados em todos os países sistemas de estatísticas de turismo (SET), que tendem a implementar a nível nacional as orientações formuladas pela Organização Mundial de Turismo (OMT). O objectivo dos SET é fornecer um conhecimento científico da realidade e disponibilizar informação de carácter prospectivo. E isto é especialmente importante no sector do turismo, atendendo ao seu dinamismo e interacção com outros sectores socioeconómicos.

Segundo as recomendações sobre estatísticas de turismo da OMT, o conjunto de resultados derivados de um Sistema de Estatísticas de Turismo (SET) tem como objectivo permitir um melhor conhecimento da realidade que se pretende representar e medir, e estrutura-se em torno dos seguintes elementos: fontes estatísticas, referências metodológicas e meios instrumentais. Por conseguinte, as operações estatísticas do turismo correspondem ao conjunto dos três elementos seguintes:

- **metodologia estatística:** constituída por todas as funções correspondentes aos conteúdos e recomendações de Estatísticas de Turismo (Nações Unidas, 1993), em que são definidos os conceitos básicos das estatísticas de turismo, assim como as classificações de actividades, os métodos e os procedimentos (nomenclatura, sistemas de informação geográfica, etc.);
- **fontes de informação:** referente à obtenção de estatísticas específicas do sector, obtidas a partir de inquéritos, registos, sensos e sínteses estatísticas);

- **armazenamento e difusão de dados:** recollecção de bases de dados e publicações numéricas.

Segundo Massieu (2000) o conjunto de resultados derivados de um SET tem como objectivos:

- Possibilitar **tomadas de decisões** mais adequadas por parte dos diversos agentes sociais. Se é verdade que há inúmeras circunstâncias em que os decisores não podem esperar pelos resultados de uma investigação rigorosa, é também verdade que só um fluxo amplo e contínuo de informação estatística periódica permite ir formatando um conhecimento da realidade, uma opinião sobre o que está a acontecer e porquê, e não menos importante, uma forma de apoiar, justificar e comparar as medidas a adoptar.
- **Permitir comparações** internacionais que, em muitos casos, têm carácter normativo, sendo o seu cumprimento obrigatório.
- **Servir de base à investigação**, em diversos domínios.

Para que tais objectivos sejam cumpridos, os resultados dos sistemas de estatísticas de turismo devem atender aos seguintes requisitos:

- Serem fiáveis e representarem a parte da realidade que dizem representar (não se desviarem significativamente dela);
- Serem pontuais e rápidos: se se pretende fazer estatística não apenas para a História, mas também apoiar investigações actuais que apoiam a gestão e as tomadas de decisão;
- Serem elaborados regularmente (as estimativas devem ser realizadas segundo um processo sistemático e continuado);
- Serem comparáveis, simultaneamente dentro do mesmo país e entre países, e também ser comparáveis com outras variáveis da actividade económica (comparação inter-regional, internacional e inter-sectorial);
- Serem internamente congruentes, para poderem ser apresentados num contexto macroeconómico reconhecido a nível internacional;
- Serem acessíveis a todos os utilizadores, tanto os resultados obtidos como a forma de os elaborar (aplicação do princípio da neutralidade).

No momento actual, serão as estatísticas do turismo realmente fiáveis e comparáveis? Veremos seguidamente, a propósito do turismo urbano, que o panorama geral das estatísticas do turismo é infelizmente desolador.

## 1. O real estatuto das estatísticas do turismo

Ora, se é verdade a estatística assume um papel fundamental na compreensão dos fenómenos do turismo, na medida em que fornece os dados com os quais se estruturam os quadros de referência conceptuais do turismo, sendo por isso o alfa e o ómega da sua inteligibilidade, é também verdade que a qualidade das estatísticas do turismo é geralmente muito sofrível, atendendo aos inúmeros problemas que se verificam quer na fase de recolha de dados (ausência de critérios uniformes ou recolha parcial de informação), quer no tratamento e na interpretação desses dados.

No entanto, apesar da elevada importância atribuída às estatísticas pelos principais actores sociopolíticos do turismo, e do estado de precariedade dos dados estatísticas do turismo (diferentes critérios e métodos de recolha de dados geradores de informação estatísticas de valor duvidoso e impossível comparabilidade), o que mais surpreendente é facto desta contradição passar geralmente despercebida aos olhos desses mesmos actores. Mais ainda mais preocupante é facto da própria comunidade científica parecer totalmente alheada deste assunto: se tomarmos em consideração a agenda dos congressos científicos e os índices das revistas científicas internacionais, facilmente verificaremos que esta questão continua a ser ignorada pelos investigadores do turismo.

Curiosamente, o maior problema com que se deparam as estatísticas do turismo foi criado pela própria Organização Mundial do Turismo (OMT). Referimo-nos ao carácter ambíguo da definição de turista. Em termos muito sucintos, e evitando historiar o trajecto evolutivo das definições propostas pela OMT, tomemos em conta as definições actualmente em vigor no âmbito desta organização internacional e que servem de quadro de referência aos institutos nacionais de estatísticas:

1. **Visitante:** “toda a pessoa que se desloca temporariamente para fora da sua residência habitual, quer seja no seu próprio país ou no estrangeiro, por uma razão que não seja a de aí exercer uma actividade remunerada.”
2. **Turista:** “todo o visitante temporário que permanece no local visitado mais de 24 horas.”
3. **Excursionista:** “todo o visitante temporário que permanece fora da sua residência habitual menos de 24 horas.”

O critério espacial da definição de visitante (“pessoa que se desloca... para *fora da sua residência habitual...*”) não poderia ser mais ambíguo. De facto, **a partir de quantos quilómetros da sua residência habitual uma pessoa pode ser declarada “visitante”?** Como é que esta ambiguidade foi resolvida pelos diferentes Estados? Ou, noutros termos, será que

todos que os sistemas de estatística de turismo dos diversos países adoptaram os mesmos critérios de contabilidade estatística? Segundo Hoerner (2003), nos Estados Unidos as pessoas são consideradas “fora da sua residência habitual” (isto é, “visitantes”) quando ultrapassam as 100 milhas (cerca de 160 km); em contrapartida, o Governo da Canadá assumiu como critério a distância de 40 milhas (aproximadamente 64 km). Em países de pequena dimensão como Portugal, por vezes basta viajar poucos quilómetros para se passar a fronteira...

Em consequência, a própria comparabilidade das estatísticas do turismo é posta em causa. Ao nível das estatísticas do turismo urbano, como veremos, as dificuldades parecem ser ainda maiores.

## 2. Estatísticas de turismo urbano

As cidades que compilam estatísticas de turismo de modo regular têm uma série de vantagens, designadamente:

- Têm consciência do real significado do turismo na respectiva cidade
- São capazes de identificar tendências e fazer previsões
- Partilham informações valiosas a todos os agentes económicos
- Podem comparar o valor do seu turismo com o valor do turismo nacional
- Conseguem obter ganhos de eficiência na gestão dos seus recursos.

170

---

Cumulativamente, a existência de estatísticas comparáveis garante as seguintes vantagens adicionais:

- Permite a cada cidade **avaliar o seu desempenho turístico e compará-lo com o de outras cidades;**
- Permite **evitar diversos erros metodológicos**, quer na recolha quer na interpretação dos dados;
- Permite **evitar mal-entendidos** quando se fazem comparações

No entanto, basta um olhar atento ao *Top City Destinations Ranking* (ver Quadro 1), produzido pelo Euromonitor International com base em dados fornecidos pela OMT, para nos convenceremos de que, ao nível do turismo urbano, as estatísticas internacionais, em vez de fornecerem uma representação fiável da realidade, contribuem para a criação de uma representação distorcida dessa realidade.

À luz das estatísticas oficiais, o número de turistas que em 2007 visitam Londres são quase o dobro dos que visitam Paris – um dado que contraria a nossa intuição e o bom senso. De igual modo, segundo o Quadro 1, a cidade de Dublin atrai três vezes mais turistas do que cidades

muito turísticas como Lisboa, Milão, Veneza, Cancún ou Orlando (Flórida), e duas vezes mais turistas do que cidades como Los Angeles, Rio de Janeiro, Berlim, Tóquio ou Cidade do México. Ou seja, o ranking internacional do turismo urbano fere o elementar bom senso, e em vez de servir de base a uma gestão competente dos destinos urbanos pode até induzir em erro os respectivos decisores.

**Quadro 1: Ranking do Turismo Urbano**

Cidades	Ranking	Visitantes (milhões)	Cidades	Ranking	Visitantes (milhões)
Londres	1	15.340	Shenzen	31	2.700
Hong Kong	2	12.057	Ho Chi Minh	32	2.700
Bangkok	3	10.844	Los Angeles	33	2.652
Singapura	4	10.284	Rio de Janeiro	34	2.627
Paris	5	8.762	Cid. do México	35	2.560
Nova Iorque	6	7.646	Berlim	36	2.552
Antalya	7	7.292	Mumbai	37	2.436
Toronto	8	6.627	Tóquio	38	2.422
Dubai	9	6.535	Miami	39	2.341
Istambul	10	6.454	Bruxelas	40	2.328
Roma	11	6.123	Atenas	41	2.300
Barcelona	12	5.044	Buenos Aires	42	2.286
Seoul	13	4.994	San Francisco	43	2.270
Shanghai	14	4.800	Varsóvia	44	2.210
Dublin	15	4.627	Bali	45	2.183
Kuala Lumpur	16	4.403	Budapeste	46	2.119
Pattaya	17	4.387	S. Petersburgo	47	2.100
Meca	18	4.200	Munique	48	2.098
Moscovo	19	4.050	Orlando	49	2.055
Macau	20	3.953	Cancún	50	2.022
Amesterdão	21	3.909	Dili	51	1.920
Pequim	22	3.900	Milão	52	1.914
Cairo	23	3.896	Hangzhou	53	1.900

Praga	24	3.696	Sydney	54	1.869
Viena	25	3.637	Lisboa	56	1.863
Madrid	26	3.404	Ryad	55	1.798
Guangzhou	27	3.300	Veneza	57	1.798
Phuket	28	3.160	Joanesburgo	58	1.739
Vancouver	29	3.127	Florença	59	1.729
Montreal	30	2.736	Las Vegas	60	1.720

**Fonte: Euromonitor International**

([http://www.euromonitor.com/Articles.aspx?folder=\\_Euromonitor\\_Internationals\\_Top\\_City\\_Destinations\\_Ranking&print=true](http://www.euromonitor.com/Articles.aspx?folder=_Euromonitor_Internationals_Top_City_Destinations_Ranking&print=true))

O recurso ao elementar bom senso como forma de aferição dos números apresentados no Quadro 1, faz emergir as seguintes quatro hipóteses interdependentes:

1. As quatro cidades que ocupam as primeiras quatro posições no ranking (Londres, Hong-Kong, Bangkok e Singapura), todas elas com valores excepcionalmente elevados (com valores acima dos 10 milhões de visitantes, e ultrapassando largamente cidades como Paris, Nova Iorque, Barcelona, Madrid, etc.), estão todas situadas em locais onde as acessibilidades rodoviárias e ferroviárias são muito difíceis ou inexistentes, sendo os aeroportos os locais de entrada da quase totalidade dos visitantes/turistas.
2. Nas cidades da Europa Continental e dos Estados Unidos, servidas por óptimas redes de transportes rodoviários e ferroviários, apenas uma parte dos visitantes utiliza os aeroportos como meio de entrada.
3. Nas cidades do primeiro tipo (que dependem quase em exclusivo dos aeroportos) a contagem dos visitantes é feita à chegada nos aeroportos. Em consequência, a contagem dos visitantes/turistas é feita à entrada nos aeroportos, e não nas unidades de alojamento. Inversamente, nas cidades da Europa Continental e nos Estados Unidos a contagem dos visitantes/turistas é feita nas unidades de alojamento e não nos locais de chegada (note-se que no espaço Schengen ou entre Estados norte-americanos nem sequer existem fronteiras físicas).
4. Em resultado, as estatísticas de cidades como Londres, Hong-Kong, Singapura ou Dublin consideram como turistas/visitantes todos os não-residentes que, entrando por um determinado aeroporto, se dirigem a uma determinada zona metropolitana (independentemente de ficarem alojados em hotéis ou em casa de amigos ou familiares); ao

invés, as estatísticas de turismo urbano das cidades continentais da Europa são obtidas a partir das informações fornecidas pelas unidades de alojamento comerciais e estão circunscritas ao concelho onde se situam as referidas unidades de alojamento.

Esta última hipótese é confirmada no estudo “*Definition and Compilation of Tourism City Statistics*” realizado por Ostertag (2007). O autor sugere que se adoptem as recomendações das principais instituições internacionais mais competentes neste domínio (*European Cities Tourism, IPK International e Travel Business Partnership*) e se “corrijam” os valores apresentados pelas cidades do Reino Unido e da Irlanda, dividindo-os por 2,5 (como forma de anular o impacto produzido pela inclusão dos turistas alojados nos subúrbios e dos que ficam em casa de amigos ou familiares).

Ou seja, segundo as principais organizações especializadas em investigação do turismo, **as estatísticas das cidades de Londres, Edimburgo ou Dublin deveriam ser reduzidas pelo factor 2.5, antes de serem comparadas com as estatísticas das cidades continentais de igual dimensão.** Ora, se dividirmos o número de visitantes de Dubim (4,627 milhões) por 2.5, iremos obter justamente o valor que na Quadro 1 é atribuído a Lisboa (1,850 milhões), e neste caso ficaremos bastante mais tranquilos com os próprios números...

### 3. O projecto TourMIS

O projecto TourMIS Com foi criado com o propósito de criar uma plataforma comum para as estatísticas do turismo urbano na Europa. Iniciado em 1982 pelo Turismo da Áustria (Austrian National Tourist Office) e desenvolvido pelo Institute for Tourism and Leisure Studies da Universidade de Viena, este projecto constitui um claro esforço de convergência entre os organismos responsáveis pela colecta de informação estatística ao nível urbano, sendo uma plataforma através da qual as associações e organismos oficiais podem partilhar informação.

No entanto, a compilação de estatísticas no TourMIS depende apenas do envolvimento e da participação voluntária dos responsáveis autárquicos que tutelam o turismo nas cidades aderentes. E, nesse sentido, o TourMIS funciona como uma espécie de Wikipédia das estatísticas do turismo urbano na Europa. No entanto, apesar da sua base voluntarista, o TourMIS conseguiu a adesão de 119 cidades em toda a Europa! Eis as cidades aderentes:

#### Quadro 2: Cidades aderentes do projecto TourMIS

Aachen	Bremen	Ghent	Lubeck	Oslo	St. Polten
Ais-en-Provence	Bruxelas	Gijón	Lucerna	Pádua	Estocolmo
Amsterdão	Budapeste	Glasgow	Luxemburgo	Palma de Maiorca	Estugarda
Antuérpia	Cagliari	Gotemburgo	Lyon	Pardubice	Tallinn
Atenas	Cardiff	Graz	Madrid	Paris	Tampere
Augsburg	Colónia	Hamburgo	Malmo	Porto	Tarragona
Baden-Baden	Copenhaga	Hanover	Manchester	Potsdam	Trier
Barcelona	Corunha	Heidelberg	Mannheim	Praga	Turim
Basel	Dijon	Helsínquia	Marselha	Regensburg	Turku
Belgrado	Dresden	Innsbruck	Metz	Reykjavik	Valência
Bergen	Dublim	Jersey	Milão	Roma	Veneza
Berlim	Dubrovnik	Karlsruhe	Montpellier	Rostock	Verona
Berna	Dusseldorf	Klagenfurt	Mulhouse	Roterdão	Vicenza
Bilbao	Edimburgo	Lausanne	Munique	Saint-Étienne	Viena
Birmingham	Eisenstadt	Leipzig	Munster	Salzburgo	Varsóvia
Bolonha	Florença	Linz	Nice	Saragoça	Weimar
Bona	Frankfurt	Lisboa	Nottingham	Sevilha	Wurzburg
Bordéus	Freiburg	Liverpool	Novi Sad	Sintra	Zagreb
Bratislava	Genebra	Ljubliana	Nuremberga	Split	Zurique
Bregenz	Génova	Londres	Olomouc	St. Gallen	

Fonte: Ostertag (2007)

Obviamente, os grandes projectos transnacionais não podem depender apenas do voluntarismo dos seus membros. Assim se compreende que das 119 cidades aderentes, apenas 66 continuem a fornecer dados ao TourMIS. A partir de 1998, mas principalmente durante a última década, 53 cidades foram deixando de fornecer dados ao projecto TourMIS (ver Quadro 3), assim se gorando a nobre intenção de se criar uma plataforma verdadeiramente europeia capaz de integrar sob critérios comuns a vasta informação estatísticas de um grande número de cidades da Europa. Por exemplo, das três cidades portuguesas aderentes (Lisboa, Porto e Sintra), apenas Lisboa continua a fornecer dados ao TourMIS. Sintra deixou de colaborar a 2001,

e Porto, em 2002 (note-se que em 2001 houve mudanças no poder autárquico dessas cidades, o que poderá explicar as mudanças de orientação a este nível).

**Quadro 3: Cidades que deixaram de fornecer dados ao projecto TourMIS**

Cidades	Dados até	Cidades	Dados até	Cidades	Dados até
Atenas	1999	Karlsruhe	2003	Palma de Maiorca	2002
Baden-Baden	2002	Lausanne	2003	Porto	2002
Basel	2004	Leipzig	2004	Potsdam	2004
Berna	2004	Liverpool	2001	Roma	2004
Birmingham	2003	Lubeck	2003	Rostock	2003
Bolonha	2004	Lucerna	2003	Roterdão	2003
Bordéus	2000	Lyon	2002	Saragoça	2004
Bremen	2004	Madrid	2004	Sevilha	2004
Cagliari	2004	Manchester	1997	Sintra	2001
Colónia	2004	Mannheim	2001	Split	2004
Dusseldorf	2004	Marselha	2000	St. Gallen	2003
Edimburgo	2002	Metz	2004	Trier	2000
Frankfurt	2004	Milão	2004	Turim	2004
Freiburg	2001	Montpellier	2001	Veneza	2004
Génova	2003	Mulhouse	2000	Verona	2004
Glasgow	2002	Nice	2003	Vicenza	2002
Hanover	2004	Oslo	2004	Varsóvia	1998
Jersey	2002	Pádua	2004		

O relativo insucesso do projecto TourMIS - que tentou congregar todas as cidades europeias para, através de um esforço conjunto, criar um sistema de monitorização global do turismo urbano -, é mais um claro testemunho das dificuldades com que se deparam as tentativas de criação de um sistema internacional de estatísticas de turismo, capaz de permitir uma visão de conjunto coerente, baseada em dados comparáveis ou minimamente congruentes.

Em suma, o paradoxo referido inicialmente revela-se mais uma vez neste caso: apesar a sempre apregoada importância das estatísticas do turismo para uma compreensão global do fenómeno turístico e para uma gestão responsável dos seus impactos, as entidades responsáveis ainda

não assumiram como prioridade a criação de um sistema de monitorização dos fluxos turísticos, que possa servir de base às tomadas de decisão dos actores empresariais e que possa servir de referência aos estudos empíricos no âmbito do turismo.

#### **4. Estatísticas de Turismo Urbano: o caso português**

No caso português, as estatísticas do turismo são compiladas pelo Instituto Nacional de Estatística (INE), a partir da informação fornecida pelas unidades de alojamento.

Ora, só por si, a total dependência do INE às informações oriundas do sector do alojamento leva a três grandes distorções, designadamente:

- Adopta-se o pressuposto que os indicadores de alojamento são suficientes para uma compreensão adequada dos fenómenos de mobilidade turística, quando na realidade o consumo turístico extravasa largamente a esfera do alojamento, ocorrendo muitas vezes longe desses locais;
- Por razões que se prendem com a defesa da privacidade, sempre que numa tipologia de alojamento só existe uma única unidade de alojamento no concelho (por exemplo, único hotel de 5 estrelas no concelho), essa unidade está isenta de fornecer dados ao INE;
- Os métodos de registo dos hóspedes nas unidades de alojamento só obrigam ao registo da pessoa que efectuou a reserva. Deste modo, a informação fornecida ao INE corresponde apenas à ocupação/quarto, quando o indicador mais correcto é o que se refere à ocupação/cama.

Note-se que esta última distorção não depende da vontade dos directores das unidades de alojamento, dado que o registo de dados é feito de forma automática através de sistemas de software que observam estritamente os parâmetros que a lei impõe para o registo de hóspedes. Mas, apesar de “legal”, o método de anotação de hóspedes impõe grandes distorções à realidade. Registrando apenas a pessoa que efectuou a reserva, ficam automaticamente de fora todas as pessoas que o acompanham, muitas vezes o(a) companheiro(a), mas outras vezes um grupo inteiro!

Exemplifiquemos esta última distorção a partir do caso concreto dos registos de alojamento num hotel de 3 estrelas (“hotel X”). Trata-se de um hotel que possui no total 37 quartos duplos. Num mês de 31 dias, para uma taxa de ocupação de 100%, este hotel necessitaria de ter um total de 2292 hóspedes/noite. Em concreto, no mês de Março de 2009, foram registados no hotel X um total de 520 hóspedes/noite.

Perante estes dados, a taxa de ocupação/quarto variará entre 22.66% (se a ocupação dos quartos for sempre individual) e 44.34% (para uma ocupação dupla dos quartos, isto é, no caso dos 520 hóspedes ficarem alojados dois a dois).

Ora, nos dados que o hotel X enviou ao INE o valor da taxa de ocupação quarto é de 44.34%, o que significa que o critério adoptado pelo software é o da mera distribuição individual dos hóspedes por quartos, como se todos os hóspedes ficassem alojados sozinhos em quartos individuais. Na realidade, o cenário inverso (ocupação dupla dos quartos) é o que se afigura geralmente mais correcto.

Além disso, como já referimos nem todos os hóspedes são contabilizados, mas apenas o titular da reserva...

À luz do exposto, as estatísticas do turismo urbano afastam-se substancialmente da realidade, e não podem servir sequer como referência para a definição dos critérios de amostragem nos estudos que têm como objectivo aprofundar o conhecimento do perfil dos turistas/visitantes de uma dada região ou cidade.

É por isso que, muitas vezes, o procedimento utilizado nos estudos sobre o perfil de turista/visitante de uma cidade (como é o caso do estudo que seguidamente iremos apresentar) não só não tomam como referência os dados de INE como informação de base para caracterizar o universo e, em função dele, proceder à estruturação de amostras representativas, mas pelo contrário, tenta-se – paradoxalmente – formar uma ideia sobre o universo de turistas/visitantes a partir dos resultados de sondagem baseadas em amostras de conveniência, sem qualquer garantia de representatividade face à estrutura populacional do universo.

## 5. Perfil dos turistas/visitantes da cidade do Porto

Um estudo por nós realizado em 2008 (Barómetro CulTour), no âmbito de uma parceria entre a APTUR (Associação Portuguesa de Turismologia), o IS CET e a ATC/Portotours, permitiu-nos testar algumas hipóteses intuitivas sobre o perfil dos turistas/visitantes da cidade do Porto e adicionalmente conhecer o modo como esses visitantes avaliam o destino Porto a partir das suas experiências concretas.

### 5.1. Metodologia

A recolha de dados deste estudo decorreu no âmbito da unidade curricular de Estudos de Mercado, do curso de Turismo ministrado no IS CET, tendo o trabalho de campo decorrido entre os dias 10 e 30 de Abril, de 2008.

Os objectivos deste estudo foram os seguintes:

- Desenvolver competências de investigação, no domínio dos estudos empíricos;
- Demonstrar a aplicabilidade das competências adquiridas, através da prestação de um serviço *pro-bono* a parceiros do meio empresarial.

Os 52 entrevistadores foram distribuídos aos pares por 26 locais distintos das cidades do Porto e Vila Nova de Gaia: em empresas e instituições associadas da ATC/Portotours (sede da ATC, caves de Vinho do Porto, Museu de Serralves, empresas de animação turística que organizam cruzeiros no rio Douro, entre outras, e ainda junto aos principais monumentos da cidade do Porto – Clérigos, Largo da Sé, Praça da Liberdade, Estação de S. Bento, etc – e nos postos de turismo da CM do Porto). No total foram inquiridos 1180 visitantes/turistas.

O questionário abordava os seguintes aspectos:

- Identificação dos inquiridos:  
(idade, sexo, habilitações escolares, rendimento mensal do agregado, situação profissional, país de residência, nacionalidade e profissão)
- Informações relativas à visita:  
(visitas anteriores à cidade, tipo de atracções visitadas, tipo de férias preferidas, duração da estada no Porto, duração da estada em Portugal, motivo principal da visita, fontes de informação consultadas, pessoas com quem viaja, quando decidiu visitar o local, tipo de

alojamento, como foi feita a reserva do alojamento, transporte usado para viajar até ao Porto, transporte usado na cidade do Porto, como foi feita a reserva do transporte)

- Imagem do destino Porto:

Para conhecer os contornos da imagem do destino Porto, foi pedido aos visitantes que indicassem o seu grau de acordo/desacordo, através de escalas de Likert de 5 pontos, em relação a dez afirmações relativas ao centro histórico (ver Gráfico 20).

Adicionalmente, foi pedido aos visitantes que evocassem espontaneamente:

- a) Três adjectivos que melhor exprimem as qualidades mais notáveis do centro histórico do Porto;
- b) Três vantagens do destino Porto, comparativamente a outros destinos;
- c) Três desvantagens do destino Porto, comparativamente a outros destinos

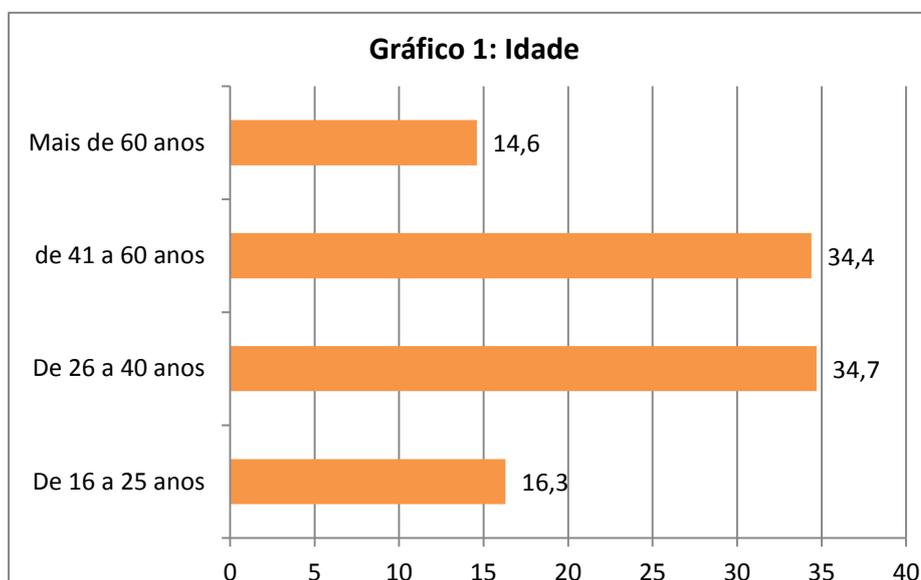
- Avaliação da experiência de visita ao Porto

Os visitantes eram convidados a avaliar sumariamente a sua própria experiência de visita ao Porto através de uma escala de 5 níveis, a variar entre “1 = nada interessante” e “5 = muito interessante”.

## 5.2. Resultados

### 5.2.1. Perfil sócio-demográfico

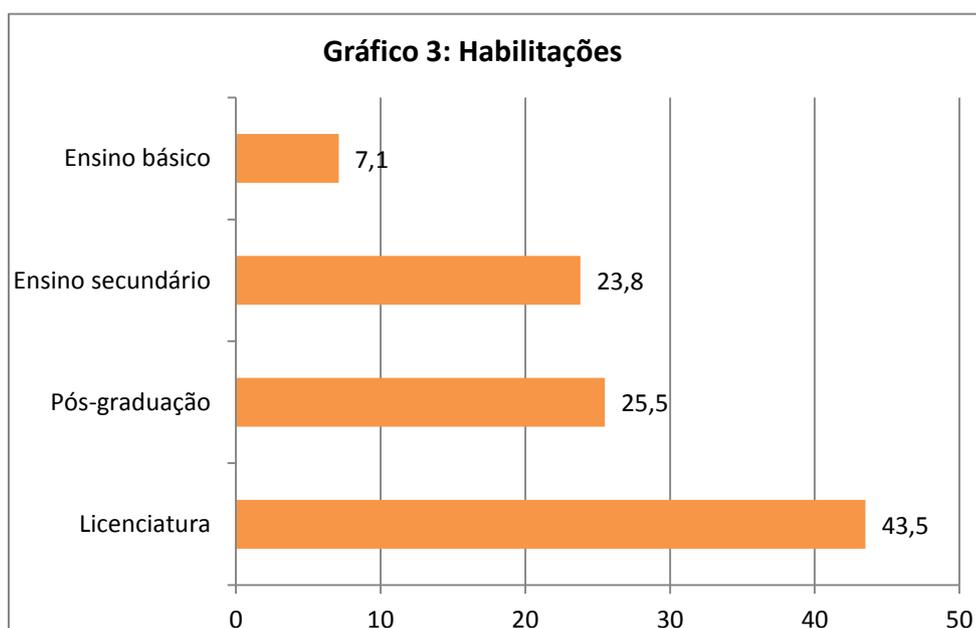
O gráfico 1 mostra que os grupos etários “jovens adultos” e “idade madura” estão em clara maioria (70% do total), comparativamente aos mais jovens e aos mais idosos (estes dois grupos estão quase em igual número e em conjunto perfazem 30%).



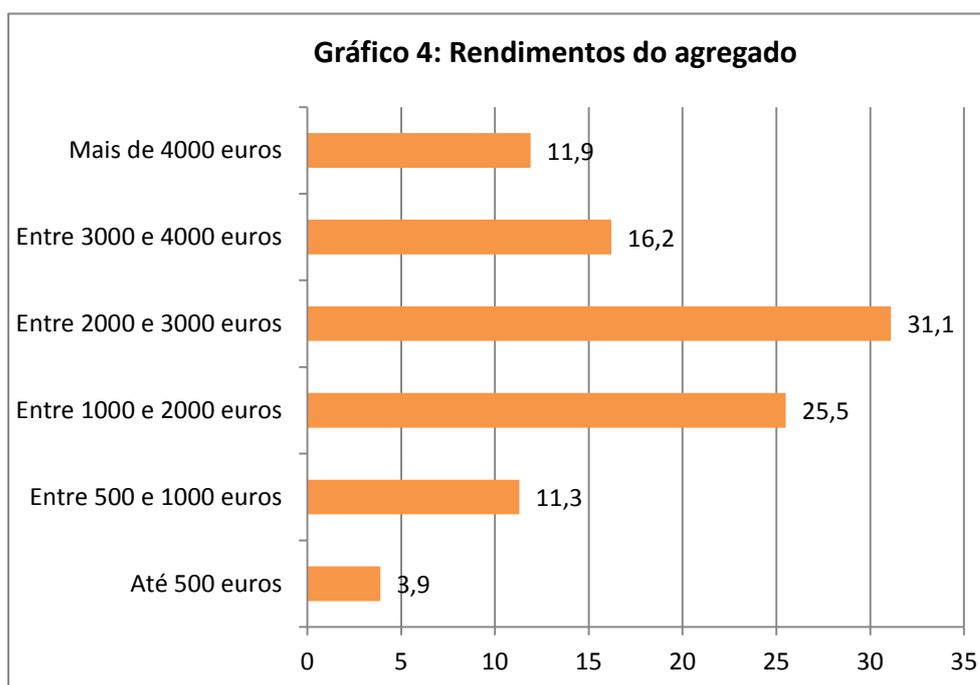
Em consonância com estes dados, o gráfico 2 mostra que os segmentos de estudantes e de reformados são também os menos expressivos entre os visitantes do Porto. Mais de metade são empregados por conta de outrem, e apenas 14,6% são trabalhadores independentes.



Sendo o Porto um destino particularmente vocacionado para o turismo cultural, não surpreende que os níveis de escolaridade na amostra de inquiridos seja maioritariamente constituída por pessoas com licenciatura ou pós-graduação (cerca de 70%) contra aproximadamente 30% que não possuem qualquer diploma universitário.

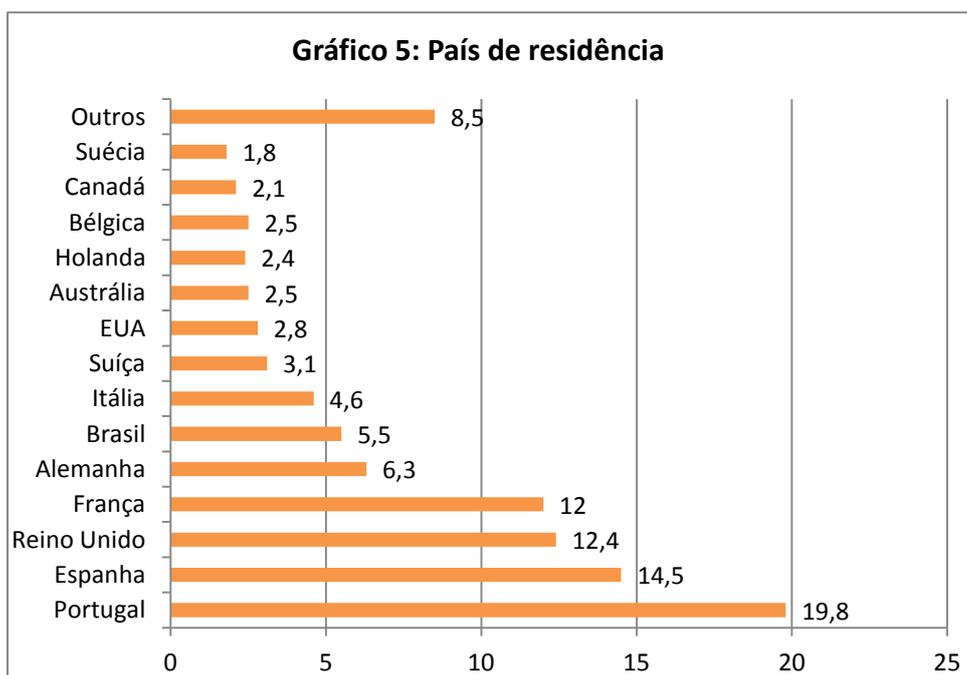


Com a ressalva de que a variável “rendimentos” é difícil de aferir através do método de questionário por questionário, os dados obtidos mostram que um terço dos inquiridos faz parte de agregados familiares cujos níveis de rendimento mensal se situa em torno dos 2 a 3 mil euros. Um outro terço de inquiridos pertence a agregados familiares com rendimentos superiores a 3 mil euros, contra outro terço cujos rendimentos são inferiores a 2 mil euros.

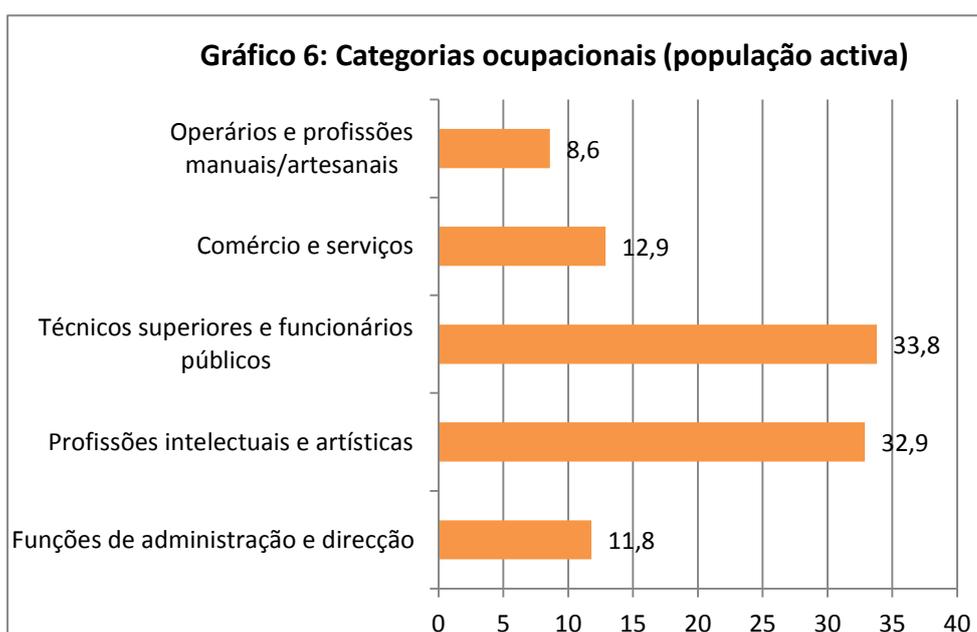


Quanto ao país de residência dos visitantes (ver Gráfico 5), como seria normal há uma quota significativa (19,8%) de visitantes que residem em Portugal. Os residentes em Espanha (14,5%), Reino Unido (12,4%) e França (12%) totalizam em conjunto mais de dois terços dos visitantes (note-se que os dados deste inquérito dizem respeito ao mês de Abril).

Num terceiro patamar figuram os residentes de Alemanha (6,3%), Itália (5,5%) e Brasil (4,6%). Há ainda um grupo de sete países emissores que atingem quotas em torno de 2 a 3%, designadamente: Suíça, EUA, Austrália, Holanda, Bélgica, Canadá e Suécia.



Muito em consonância com o perfil de habilitações escolares, os operários e empregados do comércio e serviços ocupam posições modestas no conjunto das categorias ocupacionais dos visitantes/turistas do destino Porto (20% no total). Quase 80% desempenham funções de administração e direcção (11,8%), trabalham em profissões intelectuais ou artísticas (32,9%) ou são técnicos superiores ou funcionários públicos (33,8%).



### 5.2.2. Perfil comportamental

No âmbito das suas visitas ao porto, os inquiridos referiram que visitaram ou iam visitar monumentos (78%), sítios históricos, incluindo caves de vinho do Porto (71%), museus (61,6%).

As visitas a locais religiosos (39,8%) e galerias de arte (27,7%) surgem em 2º plano.

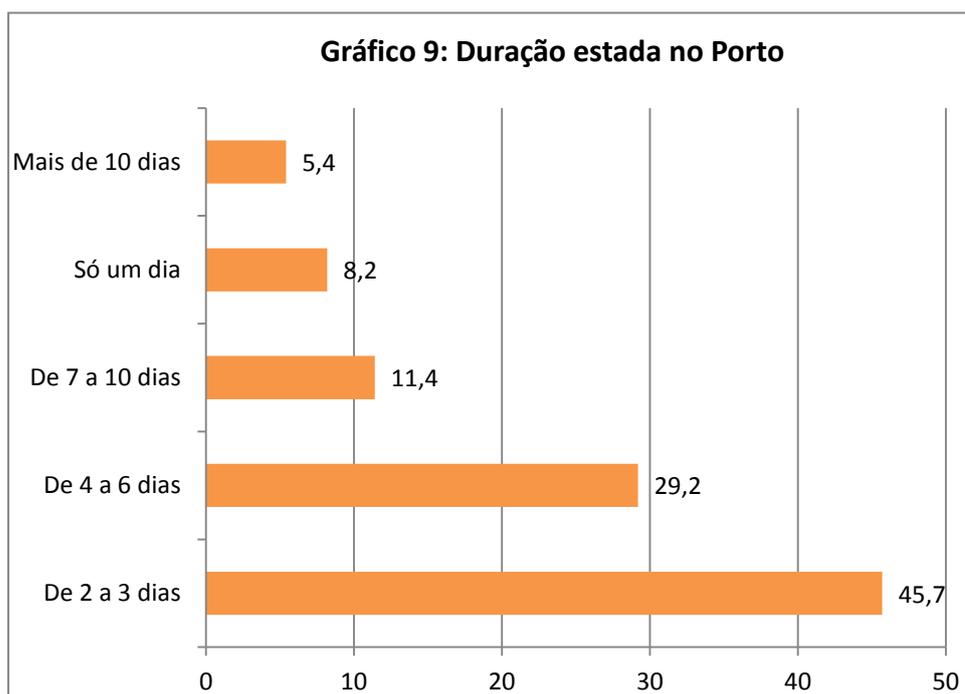
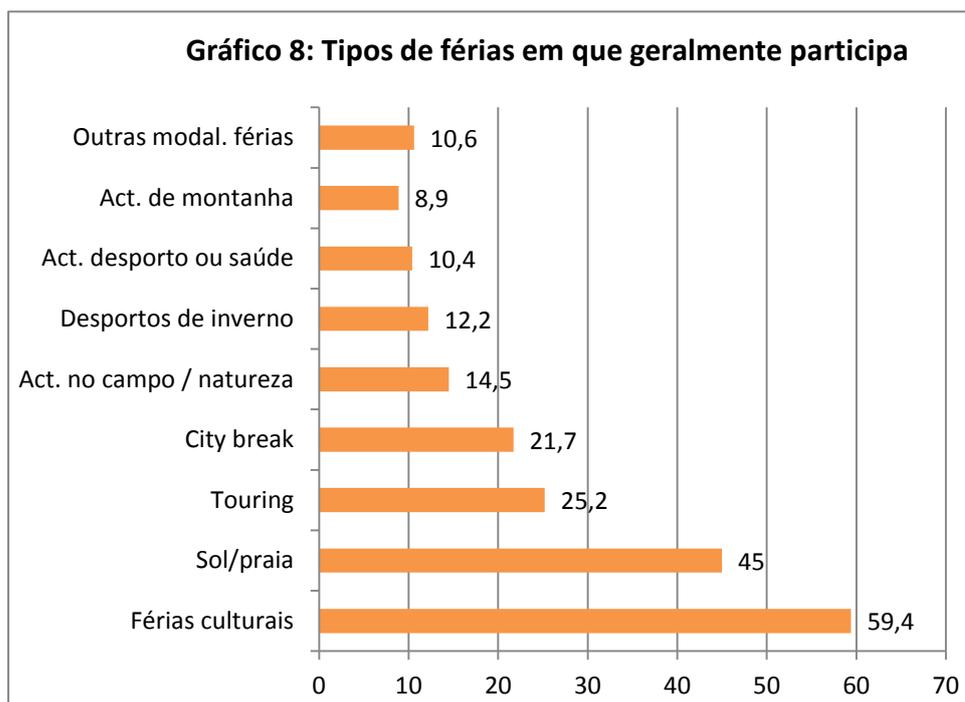
Teatros (11,9%) e feiras/exposições (16,4%) surgem num terceiro nível.

Todas as restantes atracções reúnem intenções de visita inferiores a 10 por cento.



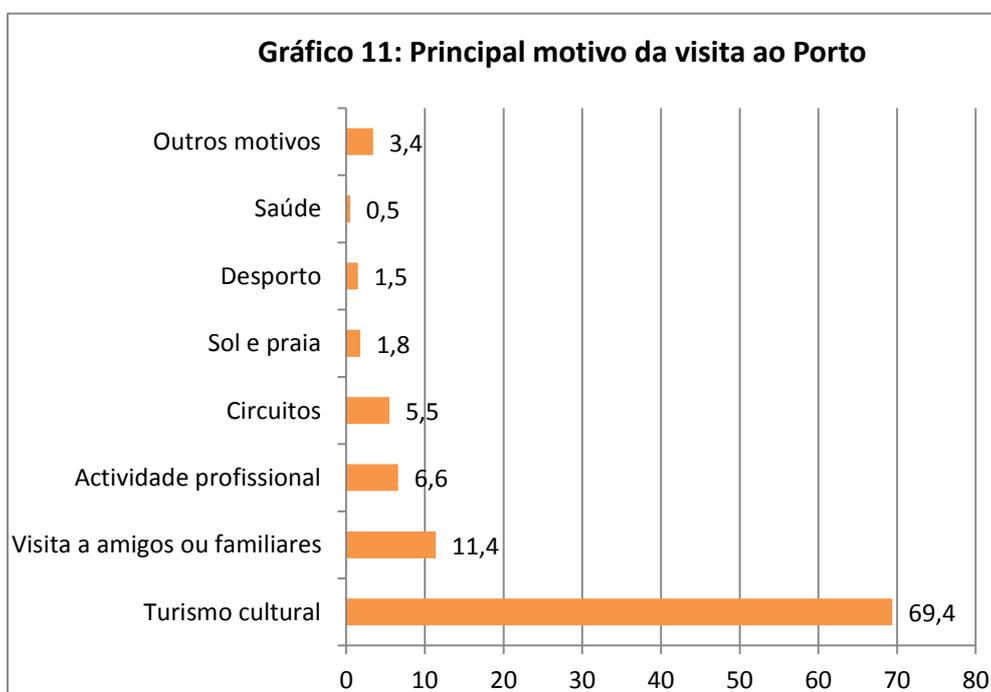
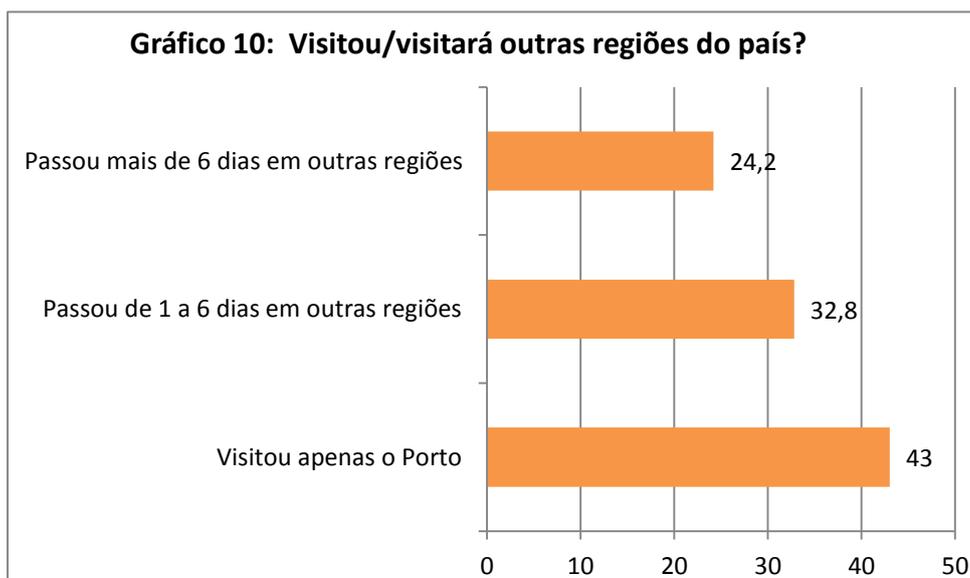
O facto de haver uma grande maioria de inquiridos que rumou ao Porto para ver monumentos, sítios históricos e museus (Gráfico 7) é bastante consistente com a resposta dada à seguinte questão: “Em que tipo de férias geralmente participa?” Como se pode constatar no Gráfico 8, são quase 60% os que afirmam que geralmente participam em férias culturais.

Embora na segunda posição, com 45%, esteja o motivo sol/praias (que em nossa opinião não é incompatível com o turismo cultural), assumem também grande destaque o touring (25,2%) e o city break (21,7%), que são duas formas específicas através das quais se consubstancia a motivação do turismo cultural. Aliás, como nos mostra o Quadro 9, relativo à duração da estada na cidade do Porto, a maioria refere 2-3 dias, o que corresponde precisamente aos conceitos de touring cultural e de city break.



Como mostra o Gráfico 9, o Porto não é um destino para férias de média ou longa duração. No total, mais de metade dos inquiridos permanece na cidade entre 1 e 3 dias (54%), e no total são cerca de 82% os inquiridos que permanecem no Porto menos de uma semana.

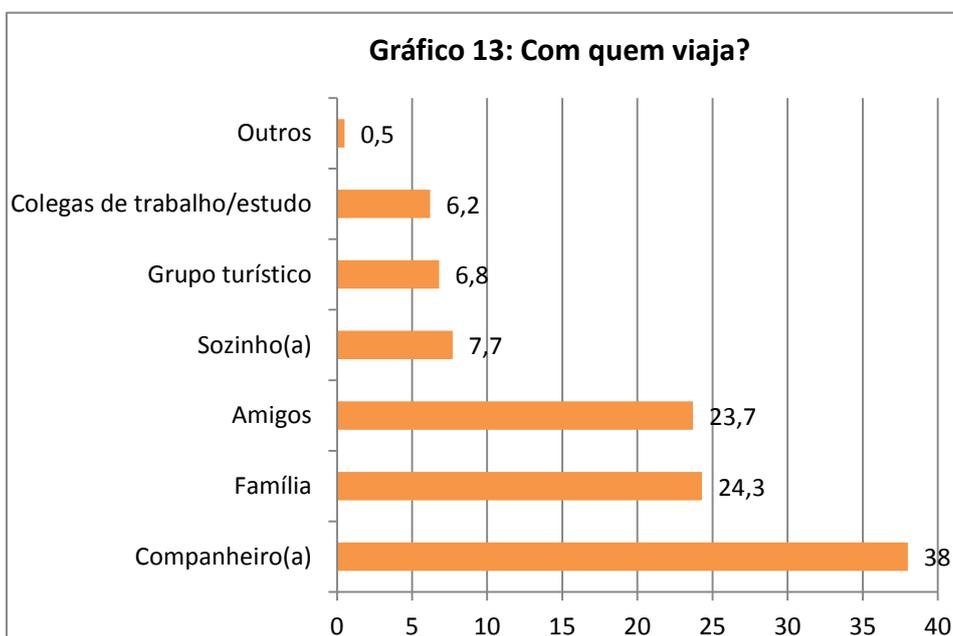
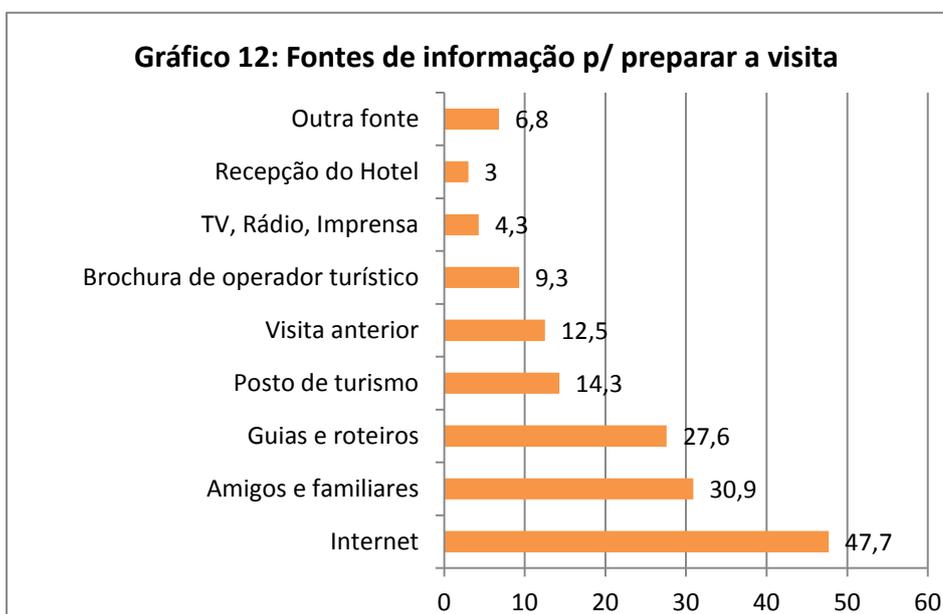
Apesar de ser um destino de visita de curta duração, convém notar que 43% dos inquiridos afirmam que na sua viagem visitaram unicamente a cidade do Porto, o que revela que o destino Porto atingiu um elevado nível de individualização e uma relativa autonomia no contexto dos destinos portugueses. No entanto, uma parte significativa dos inquiridos (57%) visitou outras regiões do país, antes ou depois de realizarem a sua visita ao Porto.



Quanto à motivação específica que norteou a visita ao Porto, quase 70% dos inquiridos referem o turismo cultural. Ora, este dados é consistente com outros já referidos anteriormente: os locais visitados e o tipo de férias em que geralmente participam.

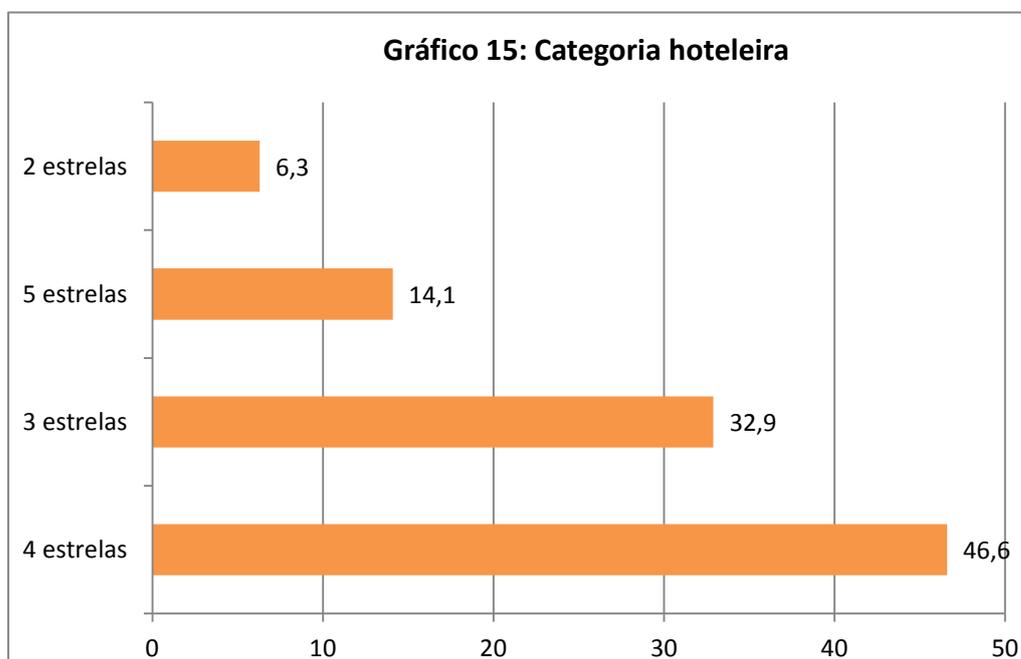
Pode-se pois concluir que o Porto é um destino de turismo cultural, embora muitas vezes inserido em lógicas de city break e de touring cultural.

Quanto às fontes de informação utilizadas para preparar a visita, podemos verificar no Gráfico 12 que a Internet e os amigos e familiares ocupam uma posição hegemónica, deixando pouco espaço a todas as restantes fontes de informação.

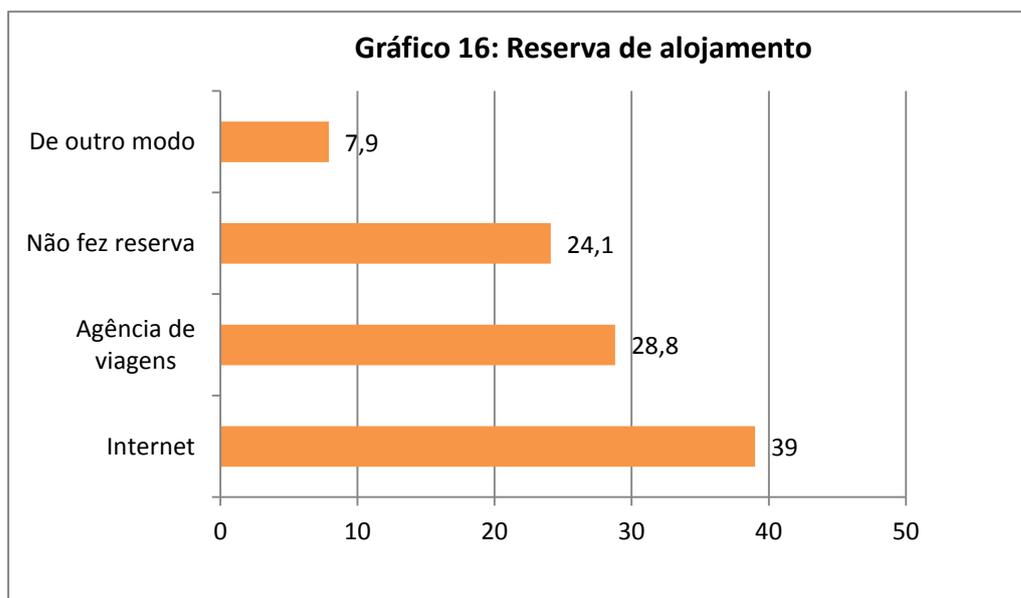


De acordo com os dados apresentados no Gráfico 13, podemos concluir que os inquiridos visitaram o Porto na companhia do cônjuge (38%), de outros elementos da família (24,3%) ou de amigos (23,7%). Foram muito poucos aos que afirmaram que visitam o Porto em grupo turístico, com colegas ou sozinhos.

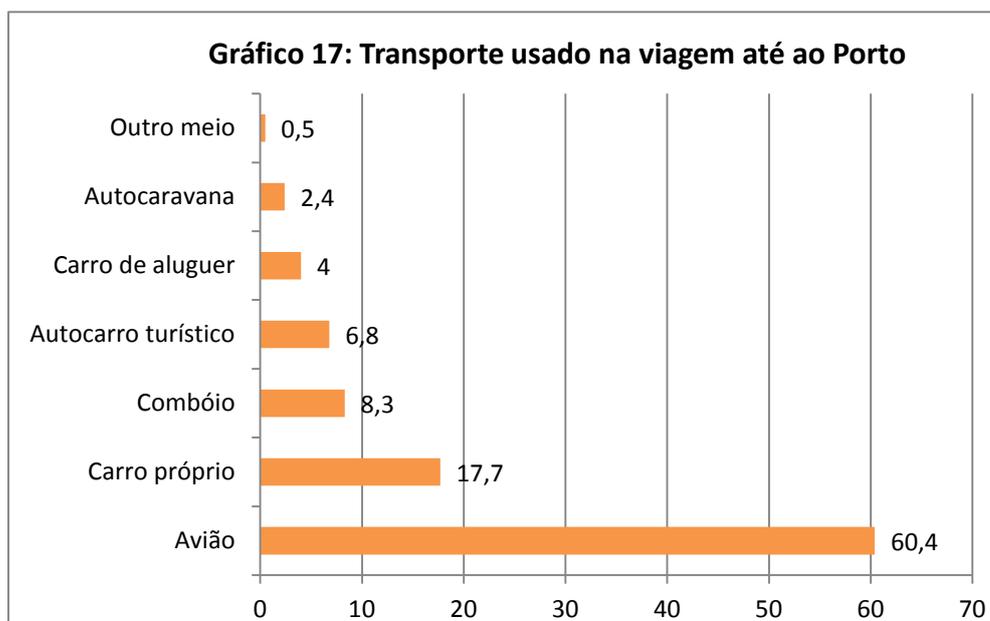
Considerando unicamente os visitantes/turistas que ficam albergados em unidades de alojamento comercial (Gráfico 15), verifica-se que as tipologias de 4 e de 3 estrelas abrangem em conjunto aproximadamente 80% dos casos. Este dado parece consistente com os perfis de rendimentos referidos anteriormente (Gráfico 4).



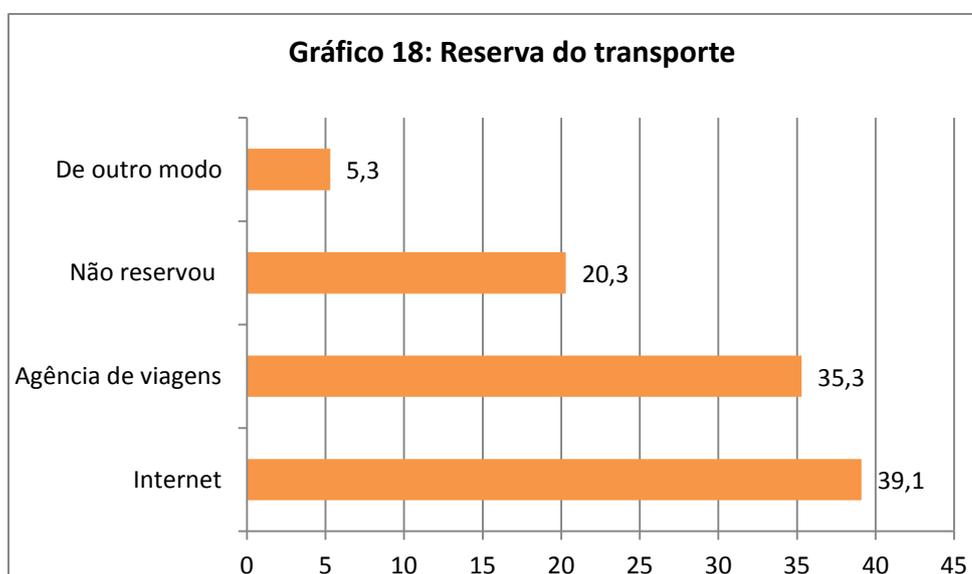
Quanto às reservas de alojamento, vemos novamente que a Internet assume uma posição destaca, surgindo como primeira opção com 39%. O recurso à agência de viagens já só representa 28,8% dos visitantes do Porto.



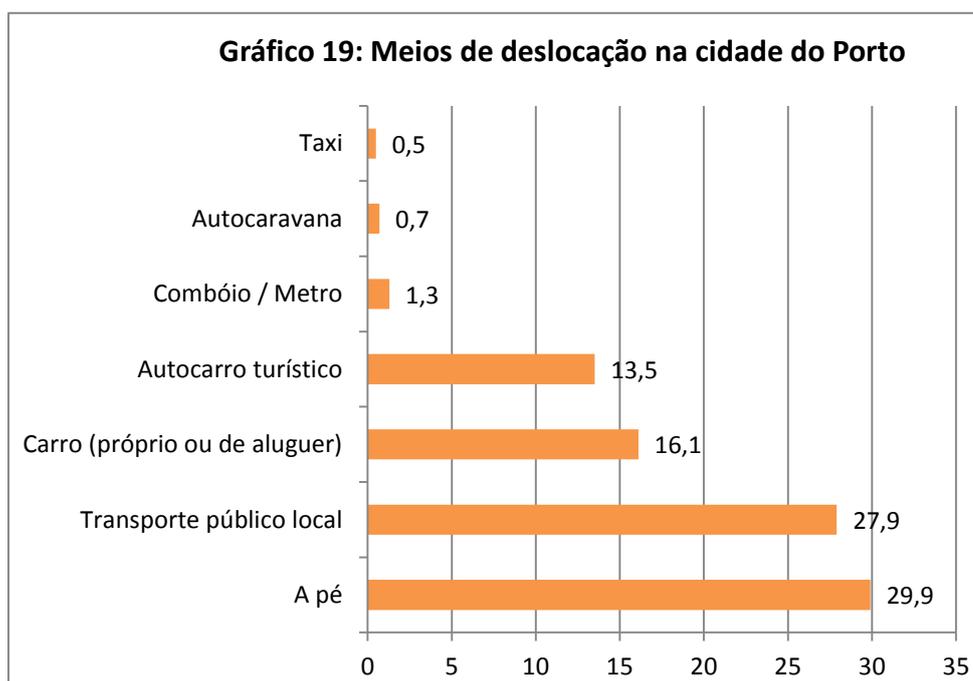
O avião é o meio de transporte mais utilizado no acesso ao Porto (em 60,4% dos casos). A deslocação em viatura própria abrange apenas 17,7% dos inquiridos. O acesso de comboio e em autocarro turístico assume posições bastante modestas, respectivamente 8,3% e 6,8%.



Relativamente à reserva de transporte, verifica-se mais uma vez a importância crescente da Internet. Tal como vimos anteriormente em relação à reserva de alojamento, também em relação à reserva de transporte a Internet foi o meio usado por 39% dos inquiridos, relegando para segundo plano as agências de viagens (35,5%).



Durante as suas deambulações pela cidade do Porto a maioria dos inquiridos indicou que se desloca a pé (29,9%) ou de transporte público (27,9%). Quase todos os inquiridos que se deslocaram até ao Porto em veículo próprio (17,7% do total) continuam esse veículo nas suas deslocações no interior da cidade (16,1% do total). Há ainda um número significativo de visitantes/turistas (13,5%) que utiliza o autocarro turístico para conhecer a cidade.



### 5.2.3. Imagem do Porto como destino turístico

Com vista a tentar aferir a imagem do Porto como destino turístico foi pedido aos visitantes que manifestassem o seu grau de acordo versus desacordo em relação às nove frases apresentadas no Gráfico 20. Pedimos ainda que evocassem espontaneamente os três adjectivos que melhor caracterizam o centro histórico do Porto (Quadro 4) e ainda que identificassem as principais vantagens deste destino (Quadro 5) e as suas principais desvantagens (Quadro 6).

Os inquiridos concordam que “o centro histórico do Porto merece a distinção de Património da Humanidade da Unesco” e também concordam com a ideia de que “o centro histórico do Porto possui marcos que se destacam (murallas, monumentos, panoramas)”.

Em contrapartida, há três aspectos do centro histórico que merecem baixo grau de apreço da parte dos visitantes, designadamente a ideia de que “no centro histórico a orientação é fácil”, as afirmações segundo a quais “o património está bem preservado” e “a cidade moderna tem uma relação equilibrada com o centro histórico”.



Nota: 1 = discordo totalmente; 2 = discordo; 3 = nem concordo nem discordo; 4 = concordo; 5 = concordo totalmente

Se quisermos reduzir os aspectos positivos da imagem do Porto a umas quantas ideias simples, podemos afirmar – ancorados na informação apresentada no Quadro 4 – que se trata de um destino Bonito (217 referências), Histórico (150 referências), Interessante (75 referências), Agradável (41) e Acolhedor (29). Estes são os adjectivos que encabeçam uma lista muito variada de elogios que os visitantes dedicam à cidade, tal como se apresenta no Quadro 4).

**Quadro 4: Adjectivos que melhor exprimam as qualidades do centro histórico do Porto**

<b>Adjectivos</b>	<b>N</b>	<b>Adjectivos</b>	<b>N</b>	<b>Adjectivos</b>	<b>N</b>
Bonito/Belo	217	Pitoresco	10	Fantástico	5
Histórico/Antigo	150	Maravilhoso	10	Compacto	5
Interessante	75	Típico	9	Autêntico	5
Agradável	41	Nostálgico	9	Antiquado	5
Acolhedor	29	Encantadora	9	Sombrio	4
Simpático	24	Boa arquitectura	9	Patrimonial	4
Cultural	24	Bem preservado	9	Original	4
Único	22	Imponente	8	Notável	4
Harmonioso	18	Diferente	8	Mal conservado	4
Monumental	14	Calmo	8	Magnífico	4
Tradicional	12	Bom	8	Dinâmico	4
Preservado	12	Espectacular	7	Charmoso	4
Pequeno	12	Diverso	7	Barato	4
Atractivo	12	Hospitaleiro	6	Alegre	4
Amistoso	12	Grandioso	6	Panorâmico	4
Sujo	12	Concentrado	6	Variado	3
Limpo	11	Colorido	6	Popular	3
Tranquilo	10	Surpreendente	5	Importante	3
Romântico	10	Luminoso	5	Extraordinário	3
Rico	10	Fascinante	5		

Relativamente às vantagens do destino Porto comparativamente a outros destinos (ver Quadro 5), os inquiridos realçam as seguintes duas características: “Simpatia /hospitalidade” (146 referências); “Baixo preço / barato / económico” (101 referências).

Num segundo plano, surgem os seguintes atributos: “Gastronomia / restauração” (62 referências); “Vinho do Porto/Caves” (61); “Monumentos / centro histórico” (47); “Clima” (47); “Bons / fáceis acessos” (41).

Relativamente às desvantagens do destino Porto comparativamente a outros destinos concorrentes (Quadro 6), foram identificados diversos aspectos negativos, sendo os seguintes os mais frequentes: “prédios degradados, ao abandono” (74 referências); “Sujidade / lixo / limpeza das ruas” (71); “Trânsito / tráfego intenso e caótico” (61); “Má sinalização / indicações escassas” (44); “Ruas muito íngremes / difícil andar” (37); “Poluição” (29).

**Quadro 5: Vantagens do destino Porto comparativamente a outros destinos turísticos**

<b>Vantagens</b>	<b>N</b>	<b>Vantagens</b>	<b>N</b>
Simpatia / hospitalidade	146	Segurança	13
Preço baixo, barato/económico	101	Facilidade de deslocação	11
Gastronomia / restauração	62	Variedade / muita oferta	10
Vinho do Porto/ Caves	61	Agradável	10
Monumentos / centro histórico	47	Facilidade de comunicação	9
Clima	47	Arquitectura	9
Bons / fáceis acessos	41	Pequena	8
Localização	33	Centro compacto/tudo perto	8
Calmo / Relaxante/ Harmonioso	24	Património	7
Rio Douro	22	Original / autêntico / único	7
Beleza	21	Comercio	7
Cultura	19	Bom serviço	5
Transporte	18	Tradicional	4
Típica	17	Perto do mar/praias	4
Ambiente agradável	16	Interessante	4
Tempo (clima)	14	Facilidades de comunicação	4

Paisagens únicas	14	Centralizado	4
------------------	----	--------------	---

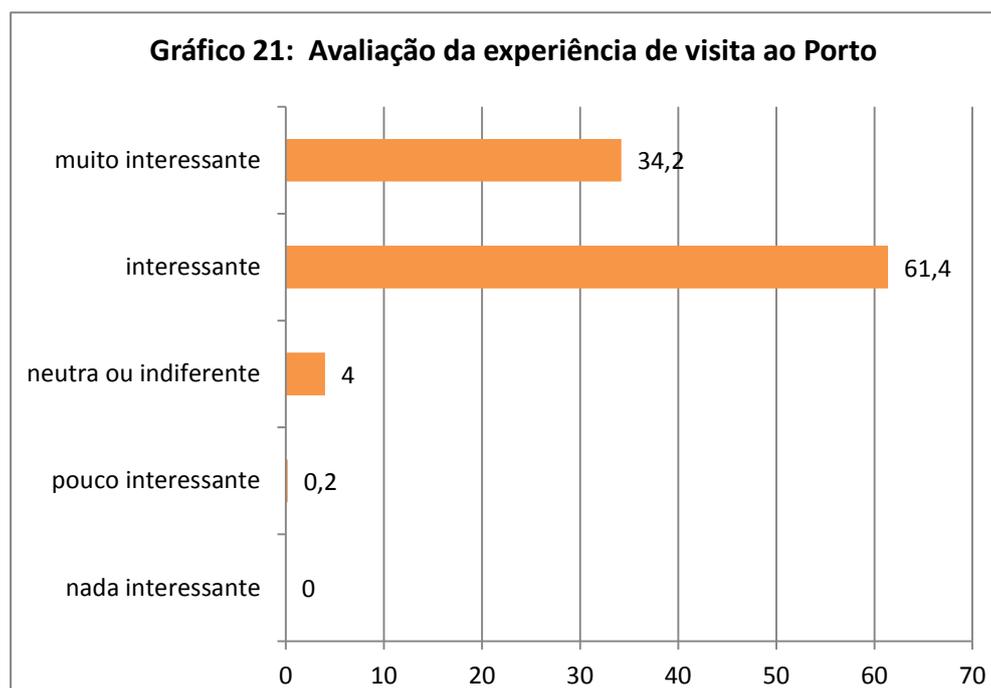
**Quadro 6: Desvantagens do destino Porto comparativamente a outros destinos turísticos**

Desvantagens	N	Desvantagens	N
Prédios degradados, ao abandono,	74	Dificuldades de estacionamento	11
Sujidade / lixo / limpeza das ruas	71	Falta de civismo	10
Trânsito / tráfego intenso e caótico	61	Acessibilidades	10
Má sinalização / indicações escassas	44	Obras	7
Ruas muito íngremes / difícil andar	37	Preços muito caros	6
Poluição	29	Comida	6
Mau clima	27	Pequeno	5
Informação turística escassa ou má	23	Pouca animação nocturna	4
Confusão / desordem / ruído	18	Iluminação	4
Graffiti em excesso	15	Horários / pontualidade	4
Transportes públicos inadequados	13	Zonas verdes	3
Violência / vandalismo / criminalidade	12	Poucos restaurantes vegetarianos	3
Pedintes / pessoas pobres	12	Excrementos de cães	3
Insegurança	12	Guias pouco qualificados	2
Idioma / não falam inglês	12	Outros	54

#### 5.2.4. Avaliação da experiência de visita

Por último, os inquiridos eram convidados a avaliar a sua experiência de visita, numa escala de Likert com 5 opção de resposta: “nada interessante”, “pouco interessante”, “neutra ou indiferente”, “interessante” e “muito interessante”.

À luz dos resultados obtidos, teremos que concluir que quase não existem casos de visitantes insatisfeitos com a sua visita ao Porto. São quase 95% os inquiridos que avaliam positivamente a sua experiência de visita ao Porto: 61,4% responderam “interessante” e 34,2% responderam “muito interessante”.



Pode-se assim concluir que, apesar da degradação do património no centro histórico e de alguma sujidade, entre outros problemas reconhecidos pelos visitantes, a experiência de visita é quase sempre positiva.

### 5.3. Conclusão:

Relativamente ao perfil do turista/visitante da cidade do Porto, os dados mais relevantes são os seguintes:

- Formação escolar: cerca de 70% dos visitantes têm formação superior (licenciados ou pós-graduados)
- Nacionalidade: 70% dos visitantes correspondem a cinco nacionalidades: portuguesas, espanhóis, britânicos, franceses e alemães.
- Motivo da visita: 70% dos visitantes assumem que principal motivo da sua visita é o turismo cultural, e referem como principais atrações do destino os monumentos, os museus, os sítios históricos e as caves de vinho do Porto.
- A duração da estada no Porto é em 75% dos casos inferior a uma semana (45% de 2 a 3 dias; 30% de 4 a 6 dias);
- A Internet supera os meios clássicos, seja como fonte de informação do destino (48%), seja como meio de reserva: tanto em relação ao transporte aéreo (39%), como em relação ao alojamento (39%).

Relativamente à avaliação do destino Porto, os resultados mostram que a qualidade da experiência turística é globalmente boa, havendo porém alguns aspectos que merecem a consideração dos responsáveis das duas autarquias (Porto e Vila Nova de Gaia) que gerem as duas zonas históricas do destino Porto. Eis os principais resultados:

Apesar de 95% dos 1180 inquiridos terem afirmado que a sua experiência de visita ao Porto foi “interessante” (61,5%) ou “muito interessante” (34,2%), e de assumirem que o centro histórico contém um conjunto construído harmonioso, são cerca de 20% os visitantes que se queixam do estado de degradação do património e da má qualidade da informação turística, particularmente ao nível da sinalização e dos horários de funcionamento dos serviços.

Convidados a evocar espontaneamente os adjectivos que melhor exprimem as qualidades notáveis do centro histórico do Porto, os termos mais referidas foram:

1. “*bonito, belo ou lindo*” (217 referências);
2. “*antigo, velho e histórico*” (150 referências)
3. “*interessante*” (73 citações).

Relativamente às três vantagens do destino Porto, referidas por evocação espontânea, no topo da lista estão os seguintes itens:

1. “gastronomia, restauração, vinho e caves” (123 citações);
2. “simpatia, hospitalidade” (101 casos)
3. “preços baixo, barato, económico” (69 referências).

Finalmente, as principais desvantagens do destino Porto. Foram evocados os seguintes aspectos:

1. Sujidade, lixo, limpeza das ruas (71 queixas)
2. Dificuldades com o trânsito, tráfego intenso e caótico; (61 queixas)
3. Problemas de sinalética, má sinalização, indicações escassas, má qualidade da informação turística (67 queixas)
4. Prédios degradados, abandonados, em ruínas, má conservação do património (74 queixas)
5. Ruas íngremes, declives, dificuldade de andar (37 referências).

Ou seja, os principais problemas identificados pelos turistas são relativos à mobilidade automóvel e pedonal, à limpeza, à recuperação e conservação do património e à informação turística.

### **Bibliografia:**

Euromonitor International

([http://www.euromonitor.com/Articles.aspx?folder=Euromonitor Internationals Top City Destinations Ranking&print=true](http://www.euromonitor.com/Articles.aspx?folder=Euromonitor_Internationals_Top_City_Destinations_Ranking&print=true))

Hoerner, J.-M. ; Sicart, C. (2003). La Science Du Tourisme. Precis Franco-anglais De Tourismologie, Edition Bilingue. Collection Homo Touristicus : Balzac editeur.

Massieu, A. (2000). A system of Tourism Statistics (STS). Scope and Content. In J. John Lennon (ed.) Tourism Statistics: International Perspectives and Current Issues, pp. 3-13.

Mazanec, J.A., ed. (1997) International City Tourism. Analysis and Strategy. Cassel. London.

Ostertag, Johanna (2007) The Definition and Compilation of European City Tourism Statistics, Master Thesis, Vienna University of Economics and Business Administration.

[http://www.ostertag.at/diplomathesis\\_03.pdf](http://www.ostertag.at/diplomathesis_03.pdf)

Wöber, K.W. (2000). Standardizing City Tourism Statistics. Annals of Tourism Research 27(1), 51-68.

Wöber, K.W. (2003) Information Supply in Tourism Management by Marketing Decision Support Systems. *Tourism Management*, 24(3), 241-255.

Wöber, K.W. and Gretzel, U. (2000) Tourism Managers' Adoption of Marketing Decision Support Systems. *Journal of Travel Research* 39(2), 172-181.