

Data: 2018/03/16 O JORNAL ECONÓMICO - PRINCIPAL

Título: Como os chineses estão a mudar o turismo em Portugal

Tema: Distribuição

Periodicidade: Semanal

Âmbito: Especializada

Temática: Gestão/Economia/Negócios

Imagem: 1/3

Pág.: 1

GRP:

Inv.: 9689.85 €

Tiragem: 9440

Área: 137348 mm2



ANÁLISE

## Como os chineses estão a mudar o turismo em Portugal ● P10



# ECONOMIA & POLÍTICA

TURISMO

## Como os chineses estão a mudar o turismo em Portugal

Os chineses ainda não integram o Top 10 dos turistas que Portugal, mas no ano passado gastaram, em média, 642 euros por noite.

**NUNO MIGUEL SILVA**  
nsilva@jornaleconomico.pt

O turismo é um dos motores da economia nacional. Mas com este boom de forasteiros a optar pelas maravilhas lusitanas, há quem pense que é preciso fazer melhor e aproveitar ainda mais esta conjuntura favorável. Esta sexta-feira, o impacto do turismo de qualidade e de compras em Portugal será o tema central de debate no 'Summit Shopping Tourism & Economy', que vai decorrer no Four Seasons Ritz Hotel, em Lisboa.

Uma iniciativa presidida pelo ex-secretário de Estado da Indústria, João Vasconcelos. Em entrevista ao Jornal Económico (ver ao lado), este responsável explica como é que os chineses, que nem sequer fazem parte ainda do Top 10 de turistas em Portugal, se tornaram numa das mais importantes fontes de receitas para a economia nacional. E sublinha que é este o caminho, tentar captar turistas que invistam mais na nossa economia, no nosso património e nos nossos ativos, físicos ou culturais.

A primeira edição do 'Summit Shopping Tourism & Economy Lisbon 2018' prevê uma análise à situação atual do 'Turismo de Qualidade e de Compras em Portugal' de tentar perceber como é que podemos captar mais turistas que gastam mais dinheiro no nosso País, que neste momento são oriundos de fora da União Europeia, gastando, em média, num dia de compras o mesmo que os europeus numa semana.

A iniciativa pretende "apresentar caminhos numa estratégia público-privada para a criação de modelos sustentáveis que permitam ao país e às suas cidades ganhar mais escala e competitividade nesta atividade com potencial para captar mais turistas".

No ano passado, em virtude do estabelecimento da primeira ligação aérea entre Portugal e a República Popular da China houve mais 40% de turistas chineses a deman-

dar terras lusitanas. Com uma particularidade decisiva: em média, por dia de estada em Portugal, gastaram, em compras *tax free* (isenções de impostos), cerca de 642 euros em Portugal, mais do que o triplo que a quinta nacionalidade de turistas que mais gasta em Portugal, os moçambicanos investe no nosso País por dia de alojamento, 197 euros [ver infografia].

Segundo dados da Global Blue, líder mundial na gestão de operações *tax free* (reembolso de IVA a turistas), as compras netsas modalidade em Portugal voltaram a crescer, em 2017, mais 36% que em 2016. A liderança o *ranking* das cinco nacionalidades que mais compram em Portugal, continuam os turistas angolanos (representando 34% do total das compras, mais 30% que em 2016), embora com uma descida ligeira no valor da compra média (de 256 euros em 2016, para 252 euros em 2017).

Os turistas brasileiros consolidaram a segunda posição de melhores compradores, com 21% do total das compras efectuadas em 2017 e mais 54% que em 2016. Estes turistas fizeram, em média, compras no valor de 225 euros, mais oito euros que em 2016.

"Mas são os turistas chineses, em terceiro lugar do *ranking*, com 14% de quota de mercado e um aumento de 47% no total das compras feitas em 2017, que lideram o valor da compra média, que subiu para os 642 euros por compra, quando em 2016 foi de 574 euros", a organização deste evento sobre o turismo de qualidade e de compras em Portugal.

A fechar o Top 5 estão os turistas americanos e os moçambicanos, respectivamente com 4% e 3% do total das compras efectuadas. "De salientar que o valor médio das compras efectuadas por *shoppers* americanos (506 euros) foi substancialmente superior ao das efectuadas por moçambicanos (197 euros)", assinala o referido comunicado.

Por compra média, o Top 5 é liderado pelos chineses, secundados

por americanos, angolanos, brasileiros e moçambicanos.

Durante décadas, ouvimos falar, e lemos, sobre os alegados malefícios contagiosos do turista de "pé descalço" em Portugal. Ao longo de décadas, o país esteve melhor, ou, quase sempre, pior, mas o turismo lá foi enchendo a meia da economia nacional. Agora, que estamos em recuperação sucessiva há mais de quatro anos, o turismo tornou-se absolutamente fundamental para o bom desempenho dos principais indicadores macro-económicos portugueses.

Talvez esteja na crista desta onda a melhor vaga para percebermos como é que a economia portuguesa pode continuar a crescer e captar os turistas que mais investem em nós todos. Ao fim de anos de recordes sucessivos de turistas em Portugal, também está a subir a onda de críticas à 'invasão' de turistas.

Manuel Caldeira Cabral, ministro da Economia; Fernando Medina, presidente da Câmara Municipal de Lisboa; Gloria Guevara Manzo, presidente & CEO do World Travel & Tourism Council (WTTC) - a instituição de referência mundial no setor do turismo - estão confirmados para a sessão de abertura.

Entre os oradores internacionais destacam-se ainda o presidente do El Corte Inglés, Dimas Gimeno; o ex-presidente da Câmara Municipal de Barcelona, Jordi Hereu; o CEO e founding partner da Atrium Capital AG, Benjamin Habel; o marquês de Griñón e presidente da European Cultural and Creative Industries Alliance (ECCIA), Carlos Falcó; e a diretora de Marketing Espanha e Portugal da Mastercard, Eva Ruiz.

António Mendes, secretário de Estado dos Assuntos Fiscais; Rui Moreira, presidente da Câmara Municipal do Porto; Luis Araújo, presidente do Turismo de Portugal; e Miguel Frasilho, presidente do Conselho de Administração da TAP SGPS, são outros oradores convidados para desenvolver e refletir sobre estas questões. ●

TURISMO

## PERFIL DOS TURISTAS EM PORTUGAL EM 2017

A análise dos turistas que demandam Portugal não pode ser feita de forma simplista. Se os britânicos continuam a ser os que mais escolhem o nosso País para passar as suas férias, a verdade é que são agora os chineses que, 'per capita', mais investem na nossa economia quando cá estão. Este 'ranking', cada vez mais decisivo na formulação de políticas relacionadas com o turismo, é seguido pelos norte-americanos e pelos angolanos.

### NÚMERO DE HÓSPEDES/TURISTAS EM PORTUGAL EM 2017

Valores em milhões



### COMPRA MÉDIA EM TAX FREE

Valores em euros referentes a 2017

MOÇAMBIQUE

BRASIL



Fonte: Global Blue, Instituto Nacional de Estatística

ENTREVISTA **JOÃO VASCONCELOS** presidente do Comité Organizador do 'Summit Shopping Tourism & Economy'

## “Só há um hotel em Lisboa preparado para pequenos-almoços para chineses”

João Vasconcelos explica a importância de procurar turistas dispostos a gastar dinheiro em Portugal.

### Como surgiu esta iniciativa do turismo de qualidade?

Esta iniciativa nasce de um evento que ocorreu em Madrid já várias vezes. É dedicado aos turistas que mais despesas efetuam nos países para onde se deslocam. Queremos saber quem são, o que procuram, analisar as estatísticas. Por exemplo, segundo as estatísticas das operadoras de cartões de crédito, percebe-se que os turistas que mais gastam em Portugal são os de fora da União Europeia.

### Que turistas são esses?

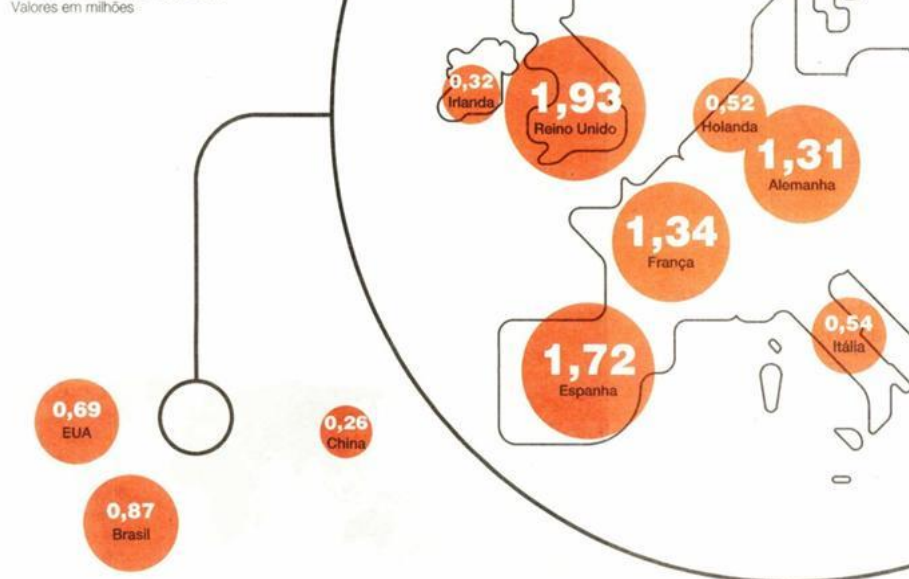
São os turistas chineses, americanos e

angolanos, por exemplo. São um tipo de turistas que fazem férias em Portugal muito mais movidos pelo comércio, pelas compras, pela gastronomia, pelos vinhos. Queremos saber o que é que move estes turistas e como é que os podemos atrair ainda mais. Este é o primeiro evento do género em Portugal. Queremos com isto aumentar o número de turistas que mais valorizam o nosso património, a nossa gastronomia, os que, na prática, mais investem no nosso País.

E o que precisamos de fazer nesse domínio?



**PRINCIPAIS PAÍSES DE ORIGEM DOS TURISTAS RECEBIDOS EM PORTUGAL EM 2017**  
Valores em milhões



ANGOLA



EUA



CHINA



Infografia: Mário Machado | mrmachado@jornaleconomico.pt

Temos de perceber que ainda há uma caminho a percorrer. Uma noite num quarto de um hotel de cinco estrelas em Lisboa ou no Porto ainda está bastante mais baixo que em outras cidades europeias. Este não é um caminho só dos privados, também é do sector público, que tem já feito desenvolvimentos, com a questão dos vistos e também ao nível do regime fiscal. Vamos tentar perceber quais são os turistas que queremos.

**Turistas chineses, de preferência?**

O fenómeno do turismo chinês em Portugal foi muito promovido pelo estabelecimento da primeira ligação aérea entre Portugal e a China, que tem de ser reforçada. Mas há vários tipos de turistas. Já os norte-americanos gastam menos em lojas, mas gastam mais em vinhos, em restaurantes, em gastronomia. Há outro tipo de turistas que prefere gastar para se deslocar e ir visitar monumentos. Temos de começar a focar-nos nestes diferentes tipos de turismo de qualidade, mas para isso convém conhecer o seu perfil.

**Como?**

Temos de perceber como devemos estruturar a nossa oferta cultural, o

que este tipo de turista gosta e não gosta. Penso que a oferta hoteleira em Portugal, em Lisboa, não está adequada à procura de turistas chineses. Quantos hotéis é que, em Lisboa, estão preparados para pequenos almoços para chineses. Que eu saiba, só há um. E, depois, é preciso, termos meios de pagamentos que sejam adequados aos meios de pagamento utilizados por estes turistas. Os chineses recorrem, em grande maioria, aos meios de pagamento Ali Pay ou We Chat. Na Avenida da Liberdade, em que cerca de 80% das lojas são vocacionadas para turistas, quantas delas disponibilizam estes meios de pagamento? A nossa ideia é ajudarmos os privados e os públicos sobre este género crescente e promissor de tu-

ristas e ativá-lo o mais possível. Isto não é uma questão só de Lisboa ou do Porto. É de todo o país.

**Ao contrário das polémicas, o vosso entendimento é que deve continuar a crescer o turismo?**

Aqui, a mensagem mais importante é dizer que podemos continuar a crescer com o turismo em Portugal. Podemos continuar a crescer com turistas brasileiros, angolanos, chineses, se tivermos a noção do que é que esses turistas querem e pretendem comprar, se tivermos essa noção, se alterarmos a nossa forma de responder a essa procura e se melhorarmos. Porque uma coisa é certa: vai continuar a haver turistas brasileiros, angolanos e chineses que estão e vão continuar a gastar dinheiro noutras capitais, enquanto deviam gastá-lo aqui.

**Mas a noção de turismo de qualidade não se confunde com turismo de luxo?**

Isto não é turismo de luxo. A opção deste tipo de turistas é uma decisão feita com base em dados, em estatísticas do que cada país, cada cidade tem para oferecer. A verdade é que nunca ninguém olhou para o comércio como fonte de atração e de receitas e turismo. ● NMS



**JOÃO VASCONCELOS**  
Presidente do Comité