

‘Boom’ do turismo em Portugal não é um fenómeno garantido

Lusa

16 Mar, 2018, 18:44 | Economia (<http://www.rtp.pt/noticias/economia>)

O presidente da Confederação do Turismo Português, Francisco Calheiros, disse hoje que o ‘boom’ (expansão) do turismo em Portugal "não é um fenómeno passageiro", mas "não pode ser dado como garantido".

"Não é um fenómeno passageiro, mas não pode ser dado como garantido. Temos margem para crescer nos países emissores [...] e em mercados como os Estados Unidos, mas faltam infraestruturas", disse Francisco Calheiros na intervenção que antecedeu o debate sobre "tendências no imobiliário turístico e hoteleiro", no âmbito do Summit Shopping, Tourism e Economy Lisbon.

Segundo o responsável, o aeroporto de Lisboa "está no limite das suas capacidades", sendo necessária uma outra infraestrutura que garanta "mais rotas e mais turistas", uma vez que Portugal está a perder "competitividade face a outros destinos".

Durante o debate, o presidente executivo do Andre Jordan Group, Gilberto Jordan, defendeu que este fenómeno trata-se de "uma moda" e, como tal, "é passageiro", sublinhando a necessidade de uma preparação para quando o aumento do turismo terminar.

Por sua vez, a vice-presidente do Portugal Hotels & Hospitality Group, Karina Simões, disse que o país, a nível de imobiliário, falha na distinção entre a oferta hoteleira.

"Temos o super luxo e o novo luxo muito associado aos ‘millenium’ [nascidos entre a década de 80 e 90], que não procuram tanto as estrelas, mas algo confortável, com acesso a internet e um espaço atualizado. Estamos a falhar nestes dois setores", considerou.

Já o presidente executivo do Pestana Hotel Group, José Theotónio, notou que, em Lisboa e no Porto, nos últimos anos, tem-se verificado uma melhoria na qualidade da oferta, embora ainda não sejam aplicadas tarifas semelhantes às das restantes cidades europeias.

"Hoje há uma excessiva concentração de turistas nalguns sítios, em particular, e, [por isso], têm que ser criadas estratégias de ordenamento e com isso melhorar a oferta", indicou.

Pedro Rebelo de Sousa da SRS Advogados, por sua vez, disse que existe "um divórcio muito grande" entre o ‘boom’ do turismo e a oferta disponível.

"Queremos ser um destino de qualidade mas não temos ‘shows’ [espetáculos] traduzidos para os turistas, nem um centro comercial com produtos nacionais de alta gama. [...] Este é um momento que, dificilmente, se vai repetir e se não fizermos o esforço de tentar equacionar de forma estratégica a mudança do paradigma, podemos perder uma oportunidade", concluiu.

O evento, a decorrer durante o dia de hoje em Lisboa, pretende analisar a situação atual do turismo de qualidade e de compras em Portugal, "o país europeu que mais cresceu em ‘tax free shopping’ em 2017, ao registar um aumento de 36%, com os turistas extracomunitários a gastarem num dia de compras o mesmo que os europeus numa semana", segundo a organização.

"Os chineses, com um valor médio de compras de 642 euros/dia, são os turistas que mais gastam em Portugal, seguidos pelos norte-americanos (506 euros) e angolanos (252 euros)", lê-se na informação disponibilizada pelos responsáveis do Summit Shopping, Tourism & Economy Lisbon 2018.