



Porto.

ESTUDOS SOBRE A ATIVIDADE TURÍSTICA DA CIDADE DO PORTO

PERSPETIVA DOS AGENTES ECONÓMICOS

FICHA TÉCNICA

DESIGNAÇÃO

Estudo sobre a atividade turística da cidade do Porto: A perspetiva dos agentes económicos

PROMOTOR

Câmara Municipal do Porto - Pelouro do Turismo e da Internacionalização

EXECUÇÃO

Agenda Urbana – Estudos e Consultoria, Lda & IPDT – Instituto de Planeamento e Desenvolvimento do Turismo

CONTEÚDOS E DESIGN

Agenda Urbana – Estudos e Consultoria, Lda & IPDT – Instituto de Planeamento e Desenvolvimento do Turismo

PUBLICAÇÃO

Maio 2025

COPYRIGHT

Câmara Municipal do Porto - Pelouro do Turismo e da Internacionalização

ÍNDICE

Enquadramento do Estudo | 4

1. Conclusões das entrevistas aos *stakeholders* | 5

2. Conclusões dos inquéritos aos agentes económicos | 28

2.1. Leitura Global dos inquéritos dos agentes económicos | 32

2.2. Leitura segmentada dos inquéritos dos agentes económicos | 63

2.2.1. Leitura por freguesia | 64

2.2.2. Leitura por setor de atividade | 74

3. Conclusões, recomendações e limitações do Estudo | 81

ENQUADRAMENTO DO ESTUDO

Este relatório integra-se num projeto mais amplo de análise da atividade turística da cidade do Porto, promovido pela **Câmara Municipal do Porto**, que contempla três eixos de auscultação:

- o Turistas
- o Residentes
- o Agentes económicos

O presente documento é dedicado à **perspetiva dos agentes económicos**, com o objetivo de **compreender os impactos, desafios e contributos do setor empresarial e institucional** para o desenvolvimento do turismo na cidade.

Para garantir uma leitura aprofundada e equilibrada, foram mobilizadas **duas abordagens metodológicas complementares**:

Abordagem metodológica

1.

Entrevistas setoriais (*abordagem qualitativa*)

Realizadas junto de juntas de freguesia, associações e entidades representativas do setor, permitiram uma exploração aprofundada dos temas-chave do turismo na cidade, com destaque para mobilidade, ordenamento, sustentabilidade, relação com os residentes e articulação institucional.

2.

Inquérito online (*abordagem quantitativa*)

Disponível entre 28 de março e 7 de abril de 2025, recolheu 258 respostas válidas de agentes com atividade no município. A partir destes dados será possível analisar perceções, prioridades, desafios e propostas dos agentes económicos, bem como identificar padrões relevantes para a gestão do destino. A recolha foi divulgada pela CM Porto e por entidades parceiras como a ATP&N.

1. Conclusões das entrevistas aos *stakeholders*

Enquadramento

No âmbito deste estudo, foi desenvolvido um processo de **auscultação qualitativa** dirigido a entidades com papel ativo na atividade turística da cidade do Porto. Esta componente complementou a aplicação de inquéritos online aos agentes económicos, permitindo obter uma visão mais aprofundada, estratégica e territorializada da realidade do setor.

A metodologia baseou-se na realização de **entrevistas individuais, orientadas por guião**, com representantes de **juntas de freguesia, associações setoriais, operadores turísticos, instituições culturais, entidades da área do alojamento local, eventos, ensino superior e promoção turística**, entre outras.

O objetivo principal foi **recolher contributos qualificados** sobre os **impactos, desafios, oportunidades e prioridades futuras** para o turismo na cidade, a partir da perspetiva de quem está no terreno e tem uma visão informada e operacional da evolução do setor.

Da auscultação resultaram **20 conclusões estratégicas**, que sintetizam os principais temas recorrentes nas entrevistas realizadas. Cada uma das conclusões será **detalhadamente** apresentada ao longo deste capítulo incluindo:

- o A opinião global sobre o tema;
- o As principais preocupações manifestadas pelos agentes;
- o E as propostas e recomendações mais relevantes que emergiram do processo.

As 20 conclusões estratégicas

1. O turismo é um motor de requalificação urbana e dinamização económica portuense;
2. A perceção é positiva, mas há preocupações quanto à narrativa de “overtourism”;
3. Os agentes do setor querem ser ouvidos e envolvidos na definição do futuro turístico;
4. Necessária maior articulação entre o município, os operadores e as entidades do setor;
5. A cidade precisa de políticas para gerir a sua capacidade de carga turística;
6. A desconcentração dos fluxos turísticos é desejada, mas não se concretiza sem produto, acessos e narrativa;
7. Faltam infraestruturas de acolhimento turístico fora do centro;
8. A mobilidade urbana está desalinhada com as necessidades do destino turístico;
9. A circulação de grupos e autocarros turísticos é um tema crítico que exige regras claras e coordenadas;
10. O Porto deve expandir a sua visão para uma descentralização no contexto regional;
11. A promoção turística internacional tem sido eficaz, mas deve ser acompanhada pela evolução e qualificação da oferta;
12. O Alojamento Local é essencial para a vitalidade urbana, mas exige regulação justa e comunicação mais transparente;
13. A identidade local e a autenticidade estão em risco se não forem integradas na estratégia turística
14. A cultura, os eventos e o entretenimento são os grandes diferenciadores do Porto enquanto destino europeu;
15. A segurança continua a ser valorizada pelos visitantes, mas há uma perceção crescente de insegurança nas zonas de maior concentração de turistas;
16. A aplicação da taxa turística precisa de mais transparência e reinvestimento visível no território;
17. A escassez de recursos humanos ameaça a qualidade da experiência turística e a sustentabilidade do setor;
18. O turismo de negócios e eventos tem potencial de crescimento, mas enfrenta limitações estruturais;
19. O turismo académico e científico é um ativo subvalorizado com enorme potencial para qualificar o destino;
20. A sustentabilidade é reconhecida como prioridade, mas ainda está pouco operacionalizada no terreno;

Conclusão 1: O turismo é um motor de requalificação urbana e dinamização económica portuense

Opinião global sobre o tema

O turismo é reconhecido como um motor de transformação urbana e dinamização económica no Porto. Tem impulsionado a reabilitação do edificado, a revitalização comercial e o renascimento de zonas como a Baixa e o Centro Histórico, além de atrair investimento privado. Sem o turismo, muitas áreas estariam hoje estagnadas. O setor tem sido também responsável por milhares de empregos e por estimular cadeias de valor locais, microempresas, inovação e a projeção externa da cidade, com impacto no investimento imobiliário e empresarial.

Principais preocupações identificadas sobre o tema

- Distribuição desigual dos benefícios económicos do turismo — com grande concentração nos bairros centrais
- Falta de indicadores atualizados e públicos sobre o impacto económico real do turismo
- Fragilidade estrutural do tecido económico dependente do setor, com forte presença de microempresas e informalidade
- Dificuldade em reter talento qualificado no setor e baixa previsibilidade para os negócios locais
- Subida dos preços da habitação, restauração e serviços, associada à dinâmica turística
- Risco de desequilíbrio entre atratividade turística e qualidade de vida local

Propostas e recomendações

- Expandir os benefícios do turismo a outras zonas da cidade, com incentivos ao investimento em territórios emergentes
- Desenvolver indicadores económicos robustos e públicos, com dados sobre emprego, valor acrescentado e impacto territorial
- Apoiar microempresas e negócios locais ligados à cadeia de valor turística, com programas de capacitação e apoio técnico
- Fomentar a inovação e o empreendedorismo jovem, especialmente em áreas como o turismo criativo e de base comunitária
- Monitorizar a evolução dos preços em setores sensíveis, com vista à implementação de medidas corretivas equilibradas
- Articular políticas de reabilitação urbana com estratégias de turismo, garantindo benefícios partilhados por residentes e visitantes

Conclusão 2: A percepção é positiva, mas há preocupações quanto à narrativa de “overtourism”

Opinião global sobre o tema

O turismo continua a ser encarado como um elemento positivo e estruturante para a cidade, associado à vitalidade económica e à projeção internacional do Porto. A percepção é globalmente favorável, mas surgem sinais de desgaste social e urbano nas zonas mais visitadas. Ao mesmo tempo, cresce a preocupação com narrativas exageradas de “overtourism”, que ganham espaço no debate público e podem fragilizar a imagem da cidade enquanto destino acolhedor.

Principais preocupações identificadas sobre o tema

- Concentração excessiva dos fluxos turísticos em zonas como a Baixa e a Ribeira, gerando saturação, desgaste urbano e conflitos de uso
- Padronização das experiências turísticas, com perda de autenticidade e frustração de operadores e residentes
- Comportamentos abusivos de alguns visitantes (ruído, álcool, invasão de zonas residenciais), mesmo com criminalidade controlada
- Crescente instrumentalização das críticas ao turismo no debate público, com impacto na moral do setor
- Emergência de discursos anti-turismo, com base frágil em evidência, que podem prejudicar a imagem da cidade

Propostas e recomendações

- Desenvolver uma estratégia clara de comunicação institucional, com dados objetivos sobre os impactos positivos do turismo
- Reforçar mecanismos de escuta e participação pública, como inquéritos regulares, fóruns de bairro e sessões abertas
- Implementar planos de gestão de fluxos em zonas críticas, com medidas de desconcentração e mitigação de impactos
- Criar campanhas de sensibilização para turistas, focadas em comportamentos responsáveis e respeito pela comunidade local
- Valorizar simbolicamente os residentes, com benefícios diretos (descontos, visitas exclusivas, envolvimento em eventos)
- Fomentar práticas turísticas integradas na vida urbana, promovendo convivência autêntica entre visitantes e comunidade

Conclusão 3: Os agentes do setor querem ser ouvidos e envolvidos na definição do futuro turístico

Opinião global sobre o tema

As entrevistas revelaram um forte compromisso dos agentes económicos, associativos e institucionais com o futuro do turismo no Porto. Existe vontade real de participação, mas também a perceção de que as decisões são muitas vezes tomadas sem consulta prévia e sem valorização efetiva do conhecimento do terreno. A ausência de mecanismos claros e permanentes de envolvimento é sentida como um obstáculo à construção partilhada de políticas públicas mais eficazes e legitimadas.

Principais preocupações identificadas sobre o tema

- Implementação de medidas com impacto direto (ex: circulação de autocarros) sem consulta aos operadores afetados
- Falta de mecanismos formais e permanentes de envolvimento do setor nos processos de decisão
- Sensação de contributos ignorados ou secundarizados, mesmo quando solicitados
- Descontinuidade institucional no seguimento das reuniões e auscultações realizadas
- Decisões desajustadas da realidade operacional, com impacto negativo sobre residentes e visitantes

Propostas e recomendações

- Criar mecanismos formais e permanentes de auscultação e diálogo, como conselhos consultivos temáticos, fóruns de escuta setorial e plataformas de contributo digital, com periodicidade definida e impacto mensurável nas decisões.
- Incluir os principais representantes do setor nas fases iniciais de planeamento das políticas públicas
- Estabelecer protocolos de colaboração com associações setoriais, promovendo a sua participação ativa na implementação de medidas
- Publicar relatórios de auscultação que devolvam aos participantes a forma como os seus contributos foram considerados
- Nomear interlocutores de referência dentro da estrutura municipal, garantindo diálogo contínuo e transversal com os departamentos relevantes

Conclusão 4: Necessária maior articulação entre o município, os operadores e as entidades do setor

Opinião global sobre o tema

O Porto dispõe de uma cadeia de valor turística diversa e qualificada, mas a atuação dos diferentes agentes — públicos e privados — é ainda fragmentada e pouco coordenada. Há falta de alinhamento estratégico entre departamentos municipais e uma distância excessiva entre a CM Porto e os parceiros do setor. Esta desarticulação compromete a coerência das políticas públicas e limita o impacto do turismo enquanto dimensão transversal do desenvolvimento urbano.

Principais preocupações identificadas sobre o tema

- Turismo pouco integrado na visão estratégica da cidade, sem influência direta nas áreas estruturantes
- Decisões contraditórias entre departamentos municipais, que fragilizam a confiança do setor (ex: distribuição de fluxos vs licenciamento de novos hotéis; restrições a autocarros vs falta de estacionamento que seja adequado para estes)
- Falta de articulação com operadores e associações, gerando desconfiança e resistência
- Débil força institucional do departamento de turismo, sem peso suficiente para influenciar políticas urbanas
- Ausência de mecanismos claros de alinhamento entre estratégia municipal e comunicação internacional do destino

Propostas e recomendações

- Integrar o turismo na governação estratégica da cidade, com representação nas decisões sobre mobilidade, espaço público, cultura, habitação e sustentabilidade
- Criar uma estrutura de coordenação interdepartamental na CM Porto, para diálogo permanente entre áreas com impacto turístico
- Fomentar a cooperação entre município e entidades regionais, envolvendo freguesias, universidades, operadores e instituições culturais
- Desenvolver instrumentos de planeamento integrados, com metas comuns, responsabilidades partilhadas e mecanismos de avaliação cruzada

Conclusão 5: A cidade precisa de políticas para gerir a sua capacidade de carga turística

Opinião global sobre o tema

O Porto afirma-se como destino turístico urbano de referência, mas enfrenta pressões crescentes sobre o espaço público e a infraestrutura urbana, sobretudo em zonas centrais. A sua estrutura geográfica compacta torna os impactos da atividade turística mais evidentes, exigindo uma gestão ativa da capacidade de carga — física, social e simbólica. Os agentes reconhecem os benefícios do turismo, mas alertam para a ausência de instrumentos operacionais eficazes que permitam antecipar e mitigar situações de congestão.

Principais preocupações identificadas sobre o tema

- Sobrecarga em zonas críticas como a Ribeira, Rua das Flores ou a Ponte Luís I, com impactos na mobilidade e na convivência urbana
- Falta de dados em tempo real sobre os fluxos turísticos, dificultando a gestão e a adaptação das operações
- Ausência de definição clara de capacidade de carga, impossibilitando uma atuação preventiva
- Promoção turística desalinhada da gestão territorial, potenciando fricções entre atração e sustentabilidade

Propostas e recomendações

- Desenvolver um sistema de monitorização contínua dos fluxos, com dados georreferenciados e sensores de mobilidade
- Definir limites técnicos de capacidade de carga para zonas sensíveis, integrando-os no planeamento urbano e na agenda de eventos
- Criar alertas em tempo real para zonas congestionadas, acessíveis a residentes, turistas, operadores e serviços públicos
- Integrar a gestão turística nas políticas de mobilidade, limpeza, segurança e comércio, garantindo resposta coordenada
- Alinhar a promoção internacional com metas de dispersão interna e sustentabilidade, evitando a sobrepromoção de zonas frágeis
- Estabelecer protocolos operacionais para grandes eventos e picos turísticos, com medidas preventivas de ordenamento e bem-estar urbano

Conclusão 6: A desconcentração dos fluxos turísticos é desejada, mas não se concretiza sem produto, acessos e narrativa

Opinião global sobre o tema

A necessidade de redistribuir os fluxos turísticos para além do centro histórico é amplamente reconhecida. Existe um **consenso** sobre o **desequilíbrio** atual: a maioria dos turistas concentra-se na Ribeira, Clérigos e Rua das Flores, deixando grande parte da cidade por explorar. Esta concentração é um reflexo natural da **primeira visita**, mas há um potencial claro para **alargar os percursos** — desde que existam **conteúdos** atrativos, comunicação eficaz e acessibilidade funcional.

Principais preocupações identificadas sobre o tema

- Ausência de produto turístico estruturado fora das zonas tradicionais (roteiros, visitas guiadas, merchandising, conteúdos digitais)
- Falta de equipamentos de apoio nas zonas menos visitadas (WC, cafés, sinalética, bancos, sombras)
- Transporte insuficiente ou mal articulado com pontos de interesse fora do centro
- Falta de comunicação sobre eventos e lugares nos canais turísticos principais
- Perceção de que as estratégias municipais favorecem o centro, em detrimento de zonas como Campanhã, Foz, Bonfim ou Miragaia
- Ausência de escala para atrair operadores turísticos a novos territórios

Propostas e recomendações

- Criar novos produtos turísticos com identidade local (literários, religiosos, patrimoniais, comunitários)
- Integrar zonas emergentes nas plataformas de promoção turística
- Incentivar operadores turísticos a testar novos circuitos fora do centro
- Requalificar espaços públicos periféricos como pontos de receção informal ao visitante
- Usar eventos culturais de base local como âncoras de centralidade alternativa
- Valorizar o património informal e simbólico de zonas como Campanhã, Pasteleira, Fontaínhas e Cantareira

Conclusão 7: Faltam infraestruturas de acolhimento turístico fora do centro

Opinião global sobre o tema

Existe uma forte assimetria na distribuição da infraestrutura turística na cidade do Porto. Fora do centro histórico e das zonas mais consolidadas, faltam condições para acolher e reter visitantes — desde alojamento e restauração até informação, transportes ou equipamentos de apoio. Esta ausência compromete a desconcentração efetiva da procura turística e dificulta a valorização de territórios com potencial, como Campanhã, Pasteleira, Foz Velha, Miragaia ou Cantareira.

Principais preocupações identificadas sobre o tema

- Escassez de alojamento qualificado e restauração fora das zonas centrais
- Falta de sinalética, pontos de informação e estruturas de receção para visitantes nas freguesias periféricas
- Inexistência de circuitos turísticos estruturados em zonas menos visitadas
- Transporte público limitado ou inexistente até pontos de interesse periféricos
- Perceção de abandono institucional em territórios que não integram os eixos turísticos clássicos

Propostas e recomendações

- Criar micro-hubs turísticos em bairros periféricos, com serviços de informação, apoio e ativação local
- Reabilitar património com potencial turístico, criando novas âncoras territoriais
- Desenvolver circuitos temáticos guiados e autoguiados (literários, náuticos, religiosos, históricos) fora do centro
- Melhorar a articulação do transporte público com pontos de interesse não centrais, com reforço da frequência e da sinalização
- Investir em pequenos equipamentos de acolhimento (WC, bancos, sombra, internet pública, mapas) em locais estratégicos
- Envolver comunidades locais e juntas de freguesia na ativação turística dos seus territórios, com apoio técnico e logístico do município

Conclusão 8: A mobilidade urbana está desalinhada com as necessidades do destino turístico

Opinião global sobre o tema

A experiência turística no Porto é fortemente condicionada pela mobilidade urbana. A cidade enfrenta limitações estruturais na circulação de pessoas e veículos, que afetam tanto visitantes como operadores. A ausência de infraestruturas adequadas para grupos turísticos, as dificuldades de ligação entre zonas turísticas e áreas emergentes e a concentração de fluxos em percursos pedonais saturados revelam uma mobilidade ainda pouco adaptada à realidade de um destino turístico consolidado.

Principais preocupações identificadas sobre o tema

- Restrição à circulação de autocarros turísticos, sem alternativas viáveis, levando à desistência de operadores e cancelamento de viagens
- Falta de zonas de paragem e embarque para autocarros turísticos, sobretudo com condições funcionais e bem localizadas
- Passeios obstruídos por esplanadas e filas, dificultando a circulação pedonal fluida em zonas críticas como a Rua dos Clérigos ou São Bento
- Falta de transporte público direto e acessível até pontos de interesse fora do centro (ex: Cantareira, Arena, Foz Velha)
- Desorganização nos circuitos pedonais, com rotas mal definidas, ausência de sinalética direcional e sobrecarga em eixos estreitos

Propostas e recomendações

- Reverter a restrição à circulação de autocarros turísticos e rever a regulamentação de acesso, com regras claras, prazos adequados e comunicação atempada
- Criar zonas específicas de embarque/desembarque para grupos, com infraestrutura básica e localização estratégica
- Desenvolver um plano de circulação turística integrado, conciliando os interesses de operadores, residentes e serviços públicos
- Alargar e ordenar os eixos pedonais mais utilizados, garantindo segurança, acessibilidade e fluidez
- Ligar de forma eficaz zonas menos centrais ao centro histórico, com circuitos de transporte dedicados ou reforçados
- Disponibilizar informação digital e sinalética física sobre as melhores rotas pedonais e meios de transporte para turistas

Conclusão 9: A circulação de grupos e autocarros turísticos é um tema crítico que exige regras claras e coordenadas

Opinião global sobre o tema

A circulação de grupos organizados e autocarros turísticos é um dos temas mais sensíveis identificados ao longo das entrevistas. Vários operadores, associações e guias destacaram que as restrições recentes à circulação e paragem de autocarros turísticos foram implementadas sem consulta prévia e sem alternativas logísticas funcionais, o que levou a cancelamentos de visitas e a fricções operacionais graves. O setor considera essencial encontrar um modelo equilibrado, que permita acolher grupos com qualidade.

Principais preocupações identificadas sobre o tema

- Proibição ou restrição de circulação em zonas-chave sem alternativas viáveis, como zonas de paragem ou estacionamento
- Cancelamentos de visitas organizadas e perda de operadores, especialmente em mercados como EUA e Canadá
- Falta de sinalética, infraestruturas de apoio e circuitos dedicados para grupos, o que prejudica a fluidez e a experiência
- Perceção de decisões unilaterais por parte do município, sem diálogo com o setor
- Impacto negativo na acessibilidade de visitantes com mobilidade reduzida, que dependem de transporte motorizado

Propostas e recomendações

- Definir um modelo regulado de circulação para autocarros turísticos, com regras claras, zonas de paragem seguras e capacidade operacional
- Criar corredores logísticos e zonas de embarque/desembarque, bem sinalizadas e ligadas às principais zonas de interesse
- Estabelecer um canal de diálogo permanente com o setor, para concertar medidas e prever impactos operacionais
- Promover a descentralização dos circuitos de grupos, criando novos percursos com condições de receção fora do centro histórico
- Garantir acessibilidade plena para visitantes com mobilidade condicionada, assegurando transporte e paragem em zonas adequadas
- Integrar a circulação de grupos na estratégia de ordenamento urbano e mobilidade turística, com visão integrada e antecipação

Conclusão 10: O Porto deve expandir a sua visão para uma descentralização no contexto regional

Opinião global sobre o tema

O turismo no Porto continua fortemente centrado na cidade, mas há uma consciência crescente de que a sustentabilidade futura do destino depende da sua integração regional. A cidade tem potencial para ser a porta de entrada de uma experiência mais ampla, envolvendo municípios vizinhos, o Douro, o Minho e até destinos como Braga, Guimarães ou Aveiro. No entanto, esta visão ainda não está suficientemente incorporada na política turística local, nem operacionalizada na comunicação e nos produtos turísticos.

Principais preocupações identificadas sobre o tema

- Excesso de centralização da oferta e das experiências no centro do Porto, sem articulação funcional com o território envolvente
- Falta de integração entre Porto, Gaia, Matosinhos e outros municípios, tanto em transportes como em promoção turística
- Alojamento e atrações demasiado concentrados, dificultando estadias prolongadas e a diversificação da procura
- Oferta regional dispersa e sem narrativa comum, dificultando a construção de experiências integradas
- Promoção turística ainda centrada em ícones urbanos, sem estímulo à exploração de experiências de proximidade

Propostas e recomendações

- Desenvolver produtos turísticos regionais integrados, com ligação multimodal (comboio, barco, shuttle) e comunicação conjunta
- Estabelecer rotas temáticas intermunicipais (vinho, arquitetura, natureza, cultura), promovidas sob uma lógica de destino conjunto
- Fortalecer a marca “Porto e Norte” como conceito integrado, com conteúdos e identidade visual coerente em todos os canais
- Criar acordos de colaboração operacional entre municípios turísticos, para articulação de eventos, mobilidade e planeamento
- Promover pacotes e campanhas de estadias prolongadas, com inclusão de experiências em diferentes pontos da região
- Incentivar a partilha de dados turísticos e planos de ação entre cidades próximas, para garantir decisões coordenadas

Conclusão 11: A promoção turística internacional tem sido eficaz, mas deve ser acompanhada pela evolução e qualificação da oferta

Opinião global sobre o tema

A promoção internacional do Porto tem sido consistente, eficaz e com grande impacto na notoriedade do destino. No entanto, vários agentes destacaram que o sucesso da comunicação externa não tem sido acompanhado por uma adaptação equivalente da infraestrutura urbana e da capacidade de acolhimento. Essa dissociação entre promoção e gestão levanta riscos de descontrolo na experiência turística e fragiliza a coerência estratégica do destino.

Principais preocupações identificadas sobre o tema

- Desalinhamento entre a promoção do destino e a capacidade real das zonas mais visitadas
- Foco excessivo nos mesmos ícones turísticos, sem incentivo à diversificação da experiência
- Promoção realizada sem articulação com os agentes do terreno, limitando a eficácia das mensagens e ações
- Ausência de avaliação sistemática do impacto das campanhas promocionais, em termos de distribuição geográfica e perfis de visitante
- Risco de sobre-promoção de zonas já saturadas, com efeitos na perceção de qualidade e no bem-estar urbano

Propostas e recomendações

- Integrar zonas e experiências menos exploradas nos materiais de promoção internacional, promovendo uma imagem mais diversa e equilibrada
- Reforçar o envolvimento dos operadores locais na definição dos conteúdos promocionais, garantindo autenticidade e representatividade
- Avaliar sistematicamente os impactos das ações promocionais, com métricas de dispersão territorial e retorno económico
- Apostar na segmentação e personalização da comunicação, para atrair perfis de turista mais ajustados ao posicionamento estratégico da cidade
- Garantir coerência entre a narrativa promocional e a experiência real, reforçando a credibilidade do destino

Conclusão 12: O Alojamento Local é essencial para a vitalidade urbana, mas exige regulação justa e comunicação mais transparente

Opinião global sobre o tema

O Alojamento Local (AL) é reconhecido como um dos pilares da transformação urbana e da dinâmica turística da cidade. Contribuiu para a reabilitação de edifícios degradados, a recuperação económica de bairros históricos e a revitalização do comércio local. Contudo, a sua visibilidade mediática e crescimento rápido têm gerado perceções negativas, muitas vezes associadas de forma simplista à crise da habitação, levando a um debate polarizado e pouco informado.

Principais preocupações identificadas sobre o tema

- Estigmatização crescente do AL, associando-o injustamente a todos os problemas urbanos
- Legislação nacional com regras pouco compreendidas pela opinião pública
- Falta de dados atualizados e de monitorização pública dos registos ativos, dificultando a perceção da real dimensão do fenómeno
- Proliferação de registos inativos, que distorcem o mercado e a imagem do setor
- Risco de medidas restritivas mal calibradas, que penalizam operadores legítimos e afetam a confiança no investimento

Propostas e recomendações

- Manter uma política de regulação equilibrada e baseada em dados, distinguindo claramente entre operadores legais e informais
- Atualizar e divulgar publicamente os dados sobre registos ativos e impactos do AL, para sustentar um debate informado
- Promover campanhas de literacia pública sobre a legislação do AL, desmistificando regras e combatendo narrativas simplistas
- Implementar sistemas de monitorização e fiscalização contínua, com foco nos registos inativos ou fraudulentos
- Reforçar os canais de diálogo com as associações do setor, garantindo estabilidade, previsibilidade e colaboração estratégica
- Integrar o AL nas políticas de turismo sustentável e qualificação da oferta, promovendo boas práticas e responsabilidade social

Conclusão 13: A identidade local e a autenticidade estão em risco se não forem integradas na estratégia turística

Opinião global sobre o tema

O crescimento turístico tem contribuído para uma percepção de perda de autenticidade em algumas zonas da cidade. Vários agentes manifestaram preocupação com a transformação de bairros em cenários turísticos, onde os elementos culturais e sociais locais são progressivamente substituídos por experiências padronizadas. Há um sentimento generalizado de que a identidade do Porto está a ser simplificada para consumo turístico, e que a cidade vivida pelos residentes se afasta da cidade visitada pelos turistas

Principais preocupações identificadas sobre o tema

- Descaracterização de espaços históricos, com substituição do comércio tradicional por lojas orientadas (apenas) ao visitante
- Perda de vivências e rituais urbanos autênticos, em nome da performance turística
- Desvalorização de conteúdos culturais locais na oferta turística, em detrimento de formatos "instagramáveis" ou estereotipados
- Percepção de que os residentes estão a ser afastados dos centros turísticos, física e simbolicamente
- Falta de ligação entre a oferta turística e os projetos culturais existentes na cidade, como os promovidos pela Universidade do Porto, museus e coletividades

Propostas e recomendações

- Valorizar os residentes como coautores da experiência turística, criando oportunidades de envolvimento ativo
- Proteger e promover o comércio histórico e as práticas culturais locais, através de incentivos, sinalização e integração em roteiros turísticos
- Criar conteúdos digitais e interpretativos que comuniquem a identidade do Porto com profundidade
- Reforçar a articulação entre turismo e cultura, promovendo a programação local junto dos visitantes
- Incentivar projetos de turismo de base comunitária, em colaboração com coletividades, associações culturais e universidades

Conclusão 14: A cultura, os eventos e o entretenimento são os grandes diferenciadores do Porto enquanto destino europeu

Opinião global sobre o tema

O Porto construiu, nos últimos anos, uma identidade cultural contemporânea forte e reconhecida internacionalmente. A cidade deixou de ser apenas conhecida pelo Vinho do Porto e pelo património histórico UNESCO, passando a afirmar-se como destino europeu de cultura, criatividade e grandes eventos. A programação cultural é apontada como um dos maiores ativos da cidade, mas há espaço para reforçar a sua integração na experiência turística e na promoção externa.

Principais preocupações identificadas sobre o tema

- Muitos eventos relevantes continuam invisíveis para os turistas, por falta de integração nos canais promocionais
- Falta de articulação entre os equipamentos culturais e os operadores turísticos, com perda de oportunidades mútuas
- Acessibilidade limitada a alguns locais culturais, sobretudo fora do centro, dificultando o acesso espontâneo de visitantes
- Oferta cultural de qualidade nem sempre está disponível em inglês ou noutras línguas, restringindo o alcance internacional
- Alguns agentes referem a perda de ligação entre os eventos e o território, defendendo maior enraizamento comunitário

Propostas e recomendações

- Integrar os eventos culturais na comunicação turística da cidade, incluindo nos materiais promocionais, mapas e aplicações móveis
- Criar parcerias entre operadores turísticos e instituições culturais, com visitas guiadas temáticas, bilhetes combinados e experiências exclusivas
- Investir na tradução e acessibilidade da programação cultural, com legendas, audioguias e informação multilingue
- Promover a dispersão geográfica da oferta cultural, com eventos em áreas periféricas e novos espaços públicos
- Afirmar o Porto como destino cultural europeu, articulando a marca turística com a agenda de festivais, congressos e exposições
- Valorizar a relação entre cultura e identidade local, incentivando formatos participativos e o envolvimento das comunidades

Conclusão 15: A segurança continua a ser valorizada pelos visitantes, mas há uma perceção crescente de insegurança nas zonas de maior concentração de turistas

Opinião global sobre o tema

A segurança é vista como um atributo essencial da experiência turística no Porto. Os entrevistados reconhecem que a cidade continua a ser, na sua generalidade, segura e acolhedora, mas alertam para uma perceção crescente de insegurança em zonas com maior pressão turística, como a Ribeira, São Bento, Ponte Luís I e Rua das Flores. Essa perceção decorre sobretudo do aumento de furtos e carteiristas, do afastamento das forças de segurança dos pontos turísticos e de uma sensação de impunidade face aos delitos de menor gravidade.

Principais preocupações identificadas sobre o tema

- Aumento dos furtos em zonas de grande afluência, com impacto na perceção do visitante
- Ausência de policiamento visível e especializado, nomeadamente da antiga “pólicia turística”
- Sensação de impunidade perante pequenos delitos, com detenções sem consequências imediatas
- Presença crescente de pedintes e vendedores ambulantes não licenciados, com impacto visual e social
- Falta de canais diretos de comunicação entre agentes turísticos e forças de segurança

Propostas e recomendações

- Reforçar o policiamento de proximidade nas zonas turísticas mais pressionadas, com agentes visíveis e multilingues
- Reativar ou criar uma unidade especializada em turismo, com formação específica em acolhimento e intervenção urbana
- Implementar canais de contacto direto com guias e operadores, como grupos de alerta rápido (ex: WhatsApp) para partilha de ocorrências
- Lançar campanhas de prevenção junto dos visitantes, com conselhos práticos sobre segurança urbana
- Reforçar a articulação entre município, PSP, GNR e setor turístico, com protocolos operacionais em momentos de pico turístico
- Investir em soluções de vigilância urbana inteligentes, complementando o trabalho humano com tecnologia

Conclusão 16: A aplicação da taxa turística precisa de mais transparência e reinvestimento visível no território

Opinião global sobre o tema

A maioria dos agentes económicos e institucionais entrevistados reconhece a legitimidade da taxa turística como instrumento de financiamento da gestão do destino. No entanto, existe um sentimento generalizado de falta de transparência e de retorno visível dos montantes cobrados. A ausência de comunicação clara sobre a utilização da receita fragiliza a aceitação pública da taxa e reduz o seu potencial de contribuição para a qualificação da experiência turística.

Principais preocupações identificadas sobre o tema

- Falta de clareza sobre o destino e a aplicação concreta das receitas da taxa turística
- Perceção de que os valores arrecadados não estão a ser reinvestidos no território ou na qualificação da experiência dos visitantes
- Inexistência de relatórios públicos ou prestação de contas periódica, com detalhe sobre projetos financiados
- Ausência de diálogo sobre a definição de prioridades de aplicação, gerando desconfiança no setor
- Comparação com cidades que afetam diretamente a taxa a áreas como mobilidade, limpeza ou cultura, com impacto visível

Propostas e recomendações

- Publicar anualmente um relatório de prestação de contas da taxa turística, com discriminação de montantes e projetos apoiados
- Atribuir percentagens da receita a áreas diretamente ligadas à gestão do turismo urbano, como limpeza, segurança, cultura, informação e mobilidade
- Criar mecanismos participativos para a definição de prioridades de investimento, com envolvimento de operadores e cidadãos
- Comunicar de forma clara e acessível aos visitantes o impacto positivo da taxa, através de sinalética, campanhas ou materiais informativos
- Assegurar que o reinvestimento da taxa contribui para mitigar os impactos do turismo, em particular nas zonas mais pressionadas

Conclusão 17: A escassez de recursos humanos ameaça a qualidade da experiência turística e a sustentabilidade do setor

Opinião global sobre o tema

A falta de profissionais qualificados no setor do turismo foi uma das preocupações mais transversais nas entrevistas realizadas. O Porto enfrenta dificuldades sérias em atrair e reter talento, tanto nos segmentos operacionais como nos perfis técnicos e criativos. Este défice compromete a qualidade da experiência oferecida aos visitantes e levanta dúvidas sobre a sustentabilidade futura do setor. A precariedade, os baixos salários e a falta de reconhecimento foram apontados como causas estruturais do problema.

Principais preocupações identificadas sobre o tema

- Falta de mão de obra qualificada nos setores da hotelaria, restauração, guias e eventos
- Dificuldade em reter talentos formados localmente, que frequentemente emigram ou mudam de setor
- Dependência crescente de comunidades migrantes pouco qualificadas, com impacto na qualidade do serviço
- Ausência de valorização institucional das profissões do turismo, tanto a nível salarial como no acesso à função pública
- Falta de ligação entre a formação profissional e as necessidades reais do setor

Propostas e recomendações

- Criar incentivos à contratação e retenção de profissionais qualificados, incluindo bonificações fiscais e programas de habitação acessível
- Reforçar a colaboração entre o setor e as escolas de turismo e hotelaria, com estágios pagos e programas de formação em contexto real
- Reconhecer formalmente os cursos técnicos e profissionais para efeitos de concursos públicos e progressão na carreira
- Valorizar a integração de públicos vulneráveis, promovendo práticas de inclusão no setor (ex: pessoas com deficiência, jovens NEET, migrantes)
- Investir em campanhas de valorização das profissões do turismo, com foco no reconhecimento social e na progressão de carreira
- Apoiar a criação de centros de excelência formativa e de incubação de talento, ligados às necessidades do território

Conclusão 18: O turismo de negócios e eventos tem potencial de crescimento, mas enfrenta limitações estruturais

Opinião global sobre o tema

O segmento MICE (Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions) é reconhecido como uma oportunidade estratégica para qualificar a procura turística e aumentar a estadia média. O Porto tem condições atrativas — localização, ambiente urbano, identidade cultural —, mas enfrenta obstáculos infraestruturais e operacionais que limitam a sua competitividade face a outros destinos, como Lisboa, Madrid ou Barcelona.

Principais preocupações identificadas sobre o tema

- Falta de espaços com capacidade para eventos de grande escala, especialmente para jantares e congressos com mais de 1000 pessoas
- Oferta hoteleira cara e com pouca massa crítica em torno dos centros de congressos, dificultando candidaturas internacionais
- Ausência de soluções logísticas integradas para eventos noturnos com ligação ao centro
- Pouca articulação entre os diferentes equipamentos da cidade (Alfândega, Coliseu, Arena, Palácio da Bolsa)
- Visibilidade internacional do Porto enquanto destino MICE estruturado, ainda bastante recente

Propostas e recomendações

- Desenvolver um grande centro de congressos regional, em articulação Porto-Gaia-Matosinhos, com escala e flexibilidade internacional
- Criar um calendário estratégico de eventos internacionais, com planeamento conjunto entre autarquias, ATP, operadores e entidades culturais
- Reforçar a articulação entre os espaços de eventos existentes, através de programação complementar e serviços partilhados
- Estabelecer incentivos à captação de congressos e feiras internacionais, em parceria com companhias aéreas e cadeias hoteleiras
- Investir em logística especializada para eventos MICE, incluindo catering, acessos, transporte noturno e apoio técnico
- Posicionar o Porto como destino europeu de eventos culturais e científicos, com ligação à sua identidade urbana e regional

Conclusão 19: O turismo académico e científico é um ativo subvalorizado com enorme potencial para qualificar o destino

Opinião global sobre o tema

A Universidade do Porto é identificada como um ator estratégico na internacionalização e qualificação do destino. Recebe anualmente milhares de estudantes, investigadores e congressistas, gerando estadas prolongadas, consumo cultural elevado e envolvimento social significativo. No entanto, este segmento continua pouco explorado, e o seu potencial não é promovido ainda como um trunfo distintivo do Porto.

Principais preocupações identificadas sobre o tema

- Falta de integração dos conteúdos e espaços da U.Porto na promoção turística da cidade
- Eventos científicos e culturais da universidade são invisíveis para os visitantes, apesar da sua elevada qualidade
- Pouca valorização institucional do turismo académico como segmento estratégico, com impacto reputacional e económico subestimado
- Reduzida comunicação entre a U.Porto e os departamentos municipais ligados ao turismo
- Desconhecimento generalizado sobre os ativos patrimoniais e programáticos da universidade

Propostas e recomendações

- Integrar a Universidade do Porto na estratégia turística da cidade, com planos conjuntos de promoção e acolhimento
- Criar produtos turísticos associados ao património universitário, como visitas guiadas, passaportes culturais e roteiros temáticos
- Divulgar os eventos científicos e culturais da U.Porto nos canais turísticos oficiais, com tradução e agenda unificada
- Apoiar a criação de pacotes turísticos para congressistas e investigadores, promovendo experiências fora do circuito tradicional
- Valorizar a marca “cidade universitária” como fator de diferenciação turística, alinhada com os valores de conhecimento, ciência e cultura
- Estabelecer incentivos para projetos colaborativos entre a universidade e operadores turísticos, com foco na inovação e na qualificação

Conclusão 20: A sustentabilidade é reconhecida como prioridade, mas ainda está pouco operacionalizada no terreno

Opinião global sobre o tema

A sustentabilidade — ambiental, social, cultural e económica — é consensualmente considerada um pilar essencial para o futuro do turismo no Porto. No entanto, os contributos recolhidos revelam que esta prioridade ainda não se traduz em ações concretas e visíveis, seja na regulação, nos investimentos ou nas práticas operacionais. A ausência de um quadro de metas partilhadas e mecanismos de monitorização fragiliza a capacidade da cidade em posicionar-se como destino turístico sustentável.

Principais preocupações identificadas sobre o tema

- Discurso sobre sustentabilidade não acompanhado por medidas tangíveis no espaço público ou na operação turística
- Falta de critérios claros de sustentabilidade nos apoios públicos, eventos e projetos turísticos
- Pouca sensibilização e capacitação dos operadores locais para práticas sustentáveis reais e aplicáveis
- Ausência de indicadores regulares e públicos, dificultando a monitorização e responsabilização
- Risco de greenwashing, com ações simbólicas sem impacto real no território

Propostas e recomendações

- Criar um plano municipal de sustentabilidade turística, sustentado num processo de certificação internacional, reconhecida, e que contenha metas operacionais, indicadores e cronogramas
- Estabelecer critérios de sustentabilidade nos eventos apoiados pelo município, incluindo mobilidade, resíduos, inclusão e energia
- Promover formações e certificações para operadores turísticos, com incentivos à adesão e reconhecimento público
- Lançar um sistema de monitorização regular de indicadores de sustentabilidade turística, com dados abertos e comparáveis
- Apoiar financeiramente projetos que integrem boas práticas sustentáveis, com impacto mensurável no território e nas comunidades
- Posicionar o Porto como laboratório de inovação em turismo sustentável, articulando universidades, setor privado e comunidade

2. Conclusões dos inquéritos aos agentes económicos

Enquadramento

Para complementar a auscultação qualitativa desenvolvida com entidades representativas do setor turístico, foi realizado um **inquérito online** dirigido aos agentes económicos com atividade na cidade do Porto.

Este instrumento permitiu recolher uma **amostra alargada de perceções, prioridades e propostas** diretamente a partir das empresas, garantindo uma leitura plural e atualizada sobre os desafios e contributos do tecido empresarial local.

A recolha decorreu entre os dias **28 de março e 7 de abril de 2025**, tendo sido promovida pela **Câmara Municipal do Porto**, com o apoio de associações setoriais como a **ATP&N – Associação de Turismo do Porto e Norte**.

Do total de 390 respostas submetidas, **258 correspondem a agentes económicos com negócio ativo no município do Porto**, universo que constitui a base da análise aprofundada no presente documento.

Através deste inquérito, foi possível:

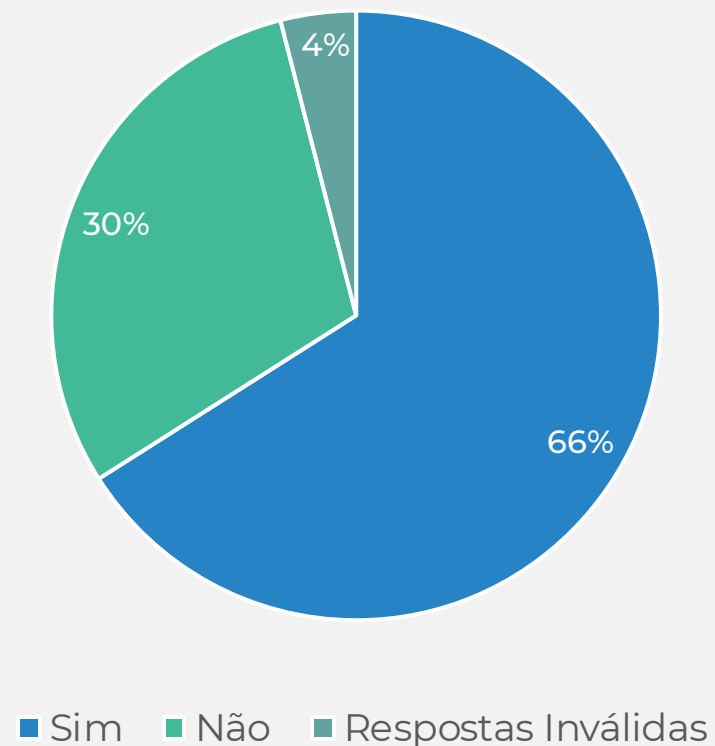
- o Mapear o perfil geográfico e setorial das empresas ligadas direta ou indiretamente ao turismo;
- o Identificar os principais desafios enfrentados pelos agentes económicos na sua atividade;
- o Recolher propostas concretas para a qualificação do destino turístico;
- o Avaliar a perceção sobre o impacto do turismo na cidade e a sua articulação com a vivência urbana e económica.

Inquéritos submetidos vs inquéritos a considerar

O inquérito online aos agentes económicos recebeu um total de 390 respostas submetidas. Após verificação da sua validade e relevância territorial, foram considerados para efeitos de análise apenas os questionários provenientes de agentes com atividade económica efetiva na cidade do Porto.

- 66% das respostas (258 questionários) referem-se a agentes económicos com negócios localizados no município do Porto. Estes constituem a **base da análise aprofundada** apresentada neste relatório.
- 30% das respostas (115 questionários) correspondem a agentes com negócios fora da cidade do Porto e, por esse motivo, foram excluídas da amostra principal.
- Os restantes 4% (17 questionários) foram considerados inválidos, por apresentarem lacunas críticas — nomeadamente, a omissão do local de operação da empresa — impedindo a sua correta categorização.

Questão O negócio situa-se na cidade do Porto?



Estrutura da análise e segmentação dos dados

O estudo parte de uma leitura global e agregada dos resultados, à qual se segue uma leitura segmentada por sub-perfis, de modo a evidenciar diferenciações internas relevantes e garantir uma leitura mais granular e territorializada da realidade empresarial.

Esta opção metodológica permite identificar padrões de consenso e pontos de rutura, bem como reconhecer necessidades específicas de diferentes segmentos do tecido económico portuense.

Foram considerados dois critérios de segmentação, com um total de 11 sub-perfis analíticos:

- o Localização da empresa (por freguesia) – 7 sub-perfis
- o Atividade económica – 4 sub-perfis

A combinação destes sub-perfis permite cruzar variáveis territoriais, setoriais e estruturais, reforçando a capacidade interpretativa dos dados e permitindo fundamentar recomendações de política pública mais informadas, ajustadas e eficazes.

2.1. Leitura global dos inquéritos aos agentes económicos

2.1.1. Base sociodemográfica e empresarial da amostra analisada

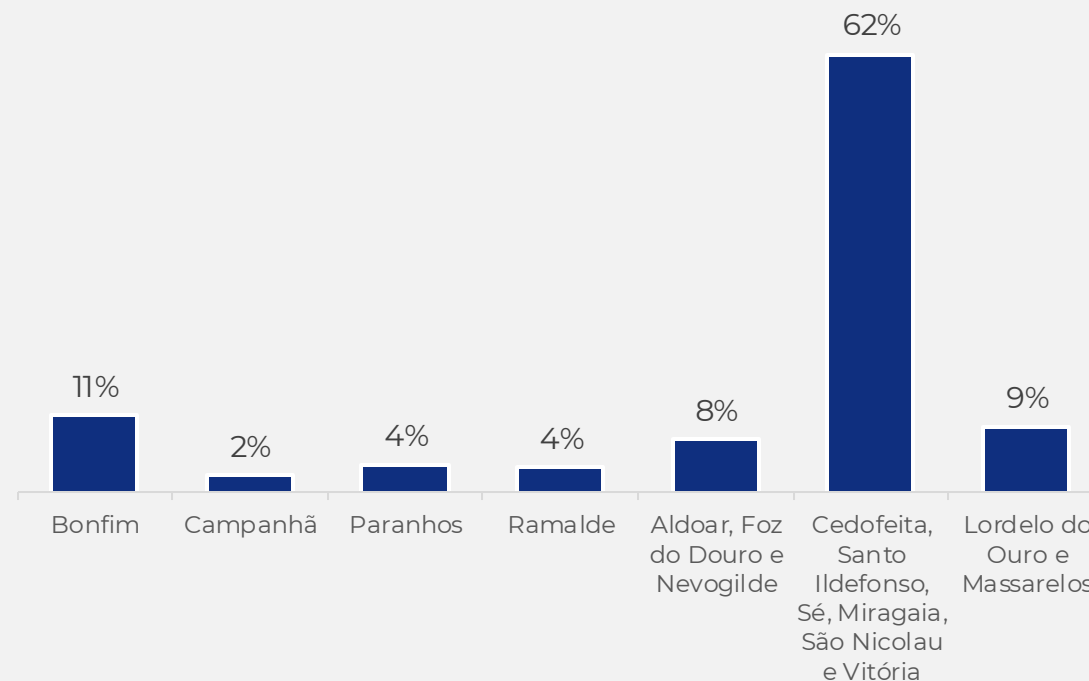
Dimensão: Localização da empresa (por freguesia)

A análise da localização das empresas inquiridas revela uma forte concentração de negócios turísticos na União de Freguesias de Cedofeita, Santo Ildefonso, Sé, Miragaia, São Nicolau e Vitória, que representa 62% das respostas válidas. Este valor reflete o peso histórico, económico e turístico do centro da cidade, onde se localiza a maior parte da oferta de alojamento, restauração, comércio e serviços orientados ao visitante.

As restantes respostas distribuem-se de forma diversificada pelas outras freguesias do município:

- Bonfim (11%, Lordelo do Ouro e Massarelos (9%) e Aldoar, Foz do Douro e Nevogilde (8%) assumem posições de destaque, refletindo zonas com atividade turística consolidada ou em expansão.
- Paranhos (4%), Ramalde (4%) e Campanhã (2%) registam participações mais residuais, mas relevantes para captar dinâmicas emergentes noutras zonas da cidade.

Questão Em que freguesia do Porto se situa o seu negócio?



2.1.1. Base sociodemográfica e empresarial da amostra analisada

Dimensão: Setor de atividade económica

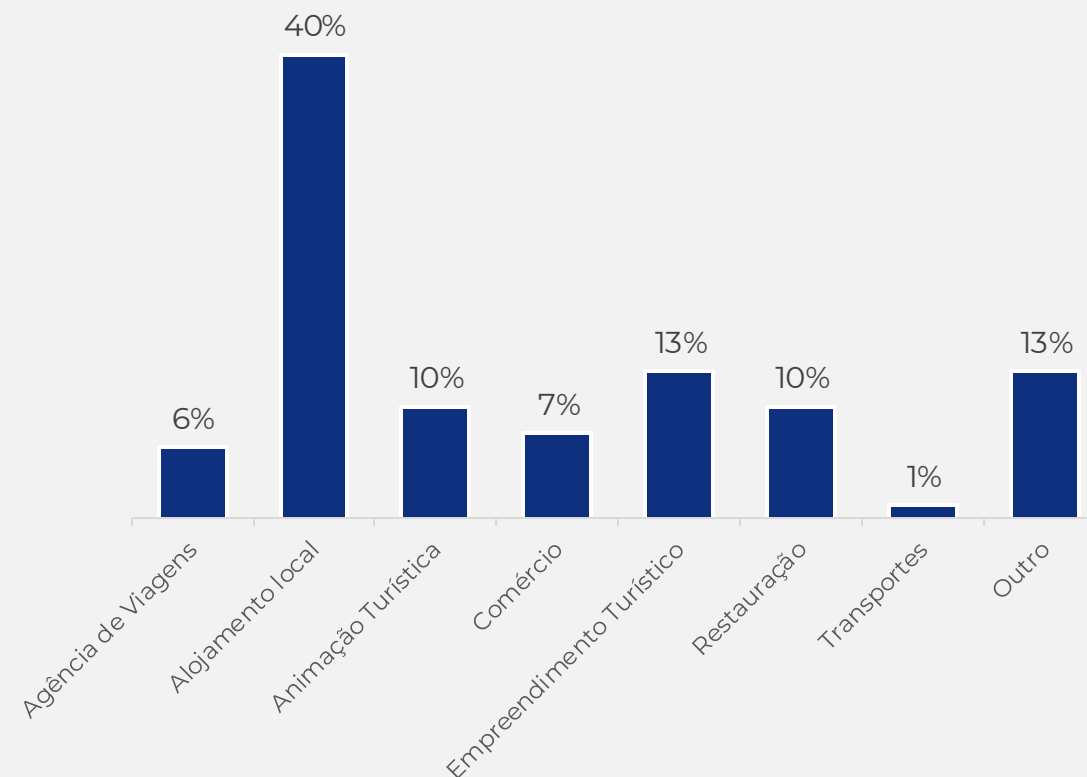
Os dados revelam uma forte presença do setor do Alojamento Local, que representa 40% das respostas válidas, um valor expectável, tendo em conta o volume deste setor na estrutura turística da cidade.

Simultaneamente, destaca-se a ampla diversidade de setores representados, com valores significativos noutras áreas de atividade:

- Empreendimentos turísticos (13%)
- Restauração e Animação Turística (ambos com 10%)
- Comércio (7%)
- Agências de viagens (6%)
- Outras atividades (13%), dos quais se destaca a presença de respostas de vários guias-intérpretes.

Esta dispersão assegura uma base de análise plural e representativa, refletindo diferentes visões, escalas de operação e formas de relação com o turismo.

Questão **Qual a atividade principal da sua empresa?**



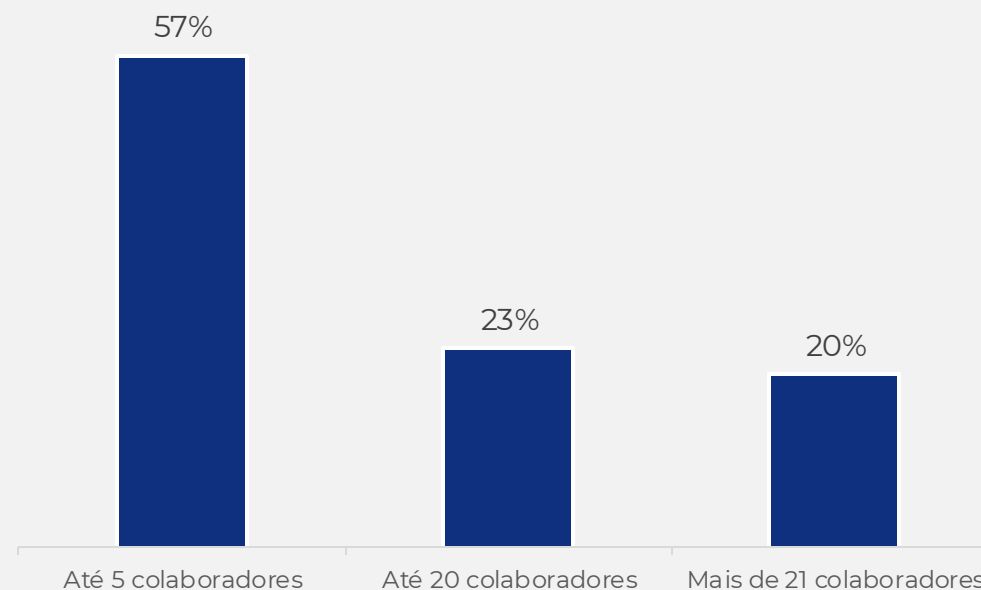
2.1.1. Base sociodemográfica e empresarial da amostra analisada

Dimensão: Dimensão da empresa (n.º de colaboradores)

A maioria das respostas (57%) provém de empresas com até 5 colaboradores, o que revela uma forte presença de operadores de pequena escala no tecido económico ligado ao turismo. Este resultado está em linha com a elevada participação de unidades de Alojamento Local, que são maioritariamente geridas em regime de microempresa.

Ainda assim, a amostra inclui uma percentagem significativa de empresas com maior dimensão, com 23% das respostas a referirem até 20 colaboradores e 20% a indicarem mais de 21 colaboradores. Estes dados mostram que o inquérito foi participado por empresas de diferentes escalas, incluindo operadores com peso e impacto relevante na atividade turística da cidade do Porto.

Questão **Qual a dimensão da empresa, em número de colaboradores?**



2.1.1. Base sociodemográfica e empresarial da amostra analisada

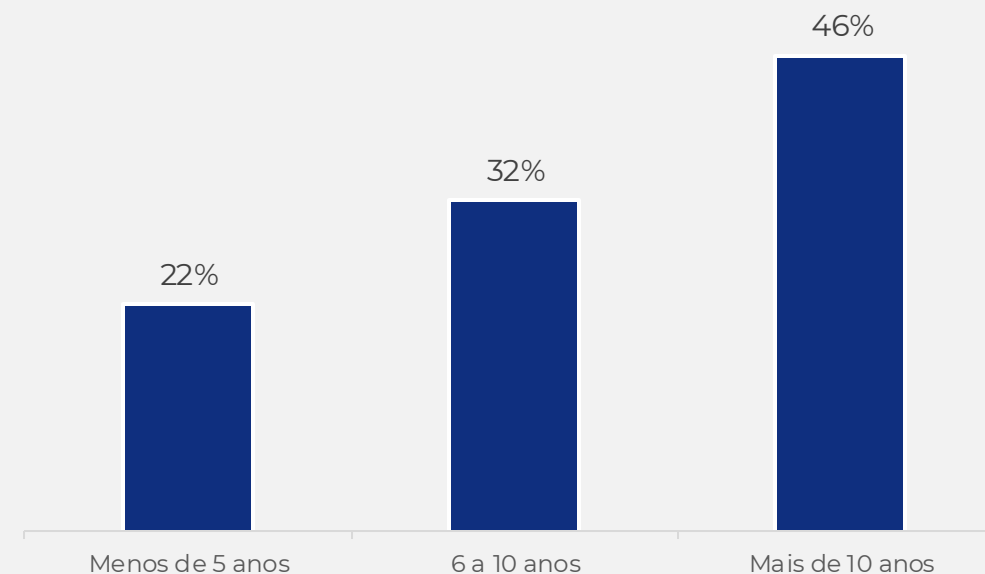
Dimensão: Tempo de operação da empresa na cidade do Porto

Quase metade dos agentes económicos inquiridos (46%) refere operar na cidade do Porto há mais de 10 anos, o que confere profundidade e legitimidade histórica às perceções e contributos recolhidos neste estudo. Esta representatividade é particularmente relevante para interpretar a evolução da atividade turística na cidade ao longo da última década.

Além disso, 32% das empresas têm entre 6 e 10 anos de operação, o que confirma uma forte presença de negócios com percurso consolidado. As empresas com menos de 5 anos de atividade representam 22% da amostra (destes, apenas 1 ponto percentual tem negócios há menos de 1 ano), refletindo a entrada recente de novos operadores no setor, sobretudo no contexto do crescimento turístico dos últimos anos.

Questão

Há quanto tempo opera a sua empresa na cidade do Porto?



2.1.1. Base sociodemográfica e empresarial da amostra analisada

Dimensão: Peso do turismo no volume de negócios total da empresa

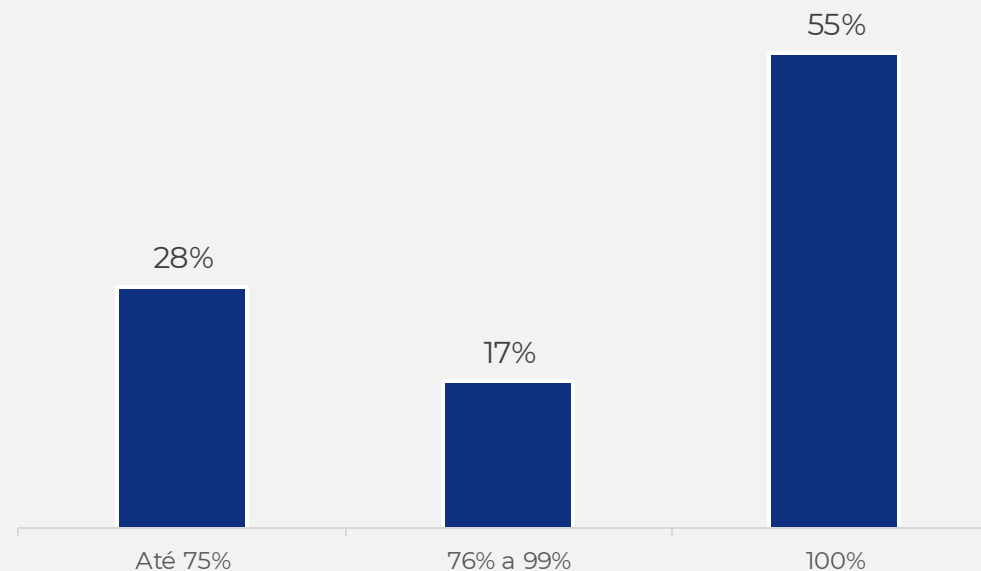
Os resultados revelam que a maioria dos agentes económicos inquiridos apresenta uma ligação direta e total à atividade turística: 55% indicam que 100% do seu volume de negócios depende diretamente do turismo. Este dado reforça a relevância estratégica da amostra para compreender o impacto do turismo sobre a economia local.

Adicionalmente, 17% das empresas indicam uma dependência entre 76% e 99%, e 29% declaram que até 75% do seu volume de negócios é diretamente influenciado pelo turismo.

Estes valores demonstram que o inquérito foi amplamente participado por operadores com forte exposição ao setor, o que confere robustez e coerência temática às respostas, reforçando o valor analítico do contributo recolhido.

Questão

Qual percentagem do volume de negócios depende diretamente do turismo?



2.1.1. Base sociodemográfica e empresarial da amostra analisada

Dimensão: Faixa etária do respondente

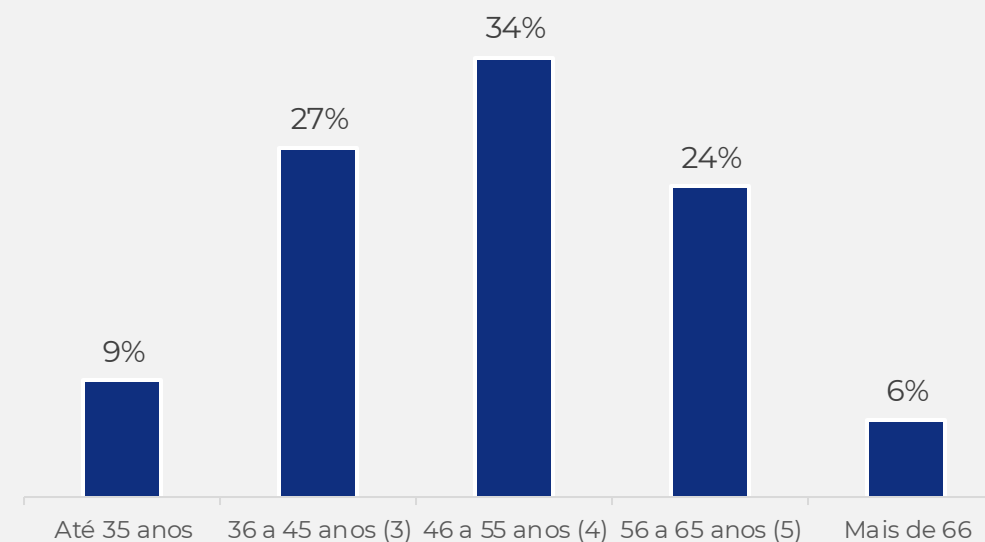
A análise por faixa etária mostra que a maioria dos respondentes pertence a grupos com elevada maturidade profissional e experiência de gestão:

- 34% têm entre 46 e 55 anos,
- 27% entre 36 e 45 anos,
- e 24% entre 56 e 65 anos.

Estes valores reforçam a credibilidade e profundidade dos contributos recolhidos, dado que a maioria dos participantes se encontra numa fase de plena atividade profissional, com envolvimento direto na estratégia e operação das empresas.

A participação de inquiridos com menos de 35 anos (9%) e mais de 65 anos (6%) foi menos expressiva, mas assegura a presença de perspetivas geracionais distintas no conjunto da amostra.

Questão **Qual a faixa etária do respondente?**



2.1.1. Base sociodemográfica e empresarial da amostra analisada

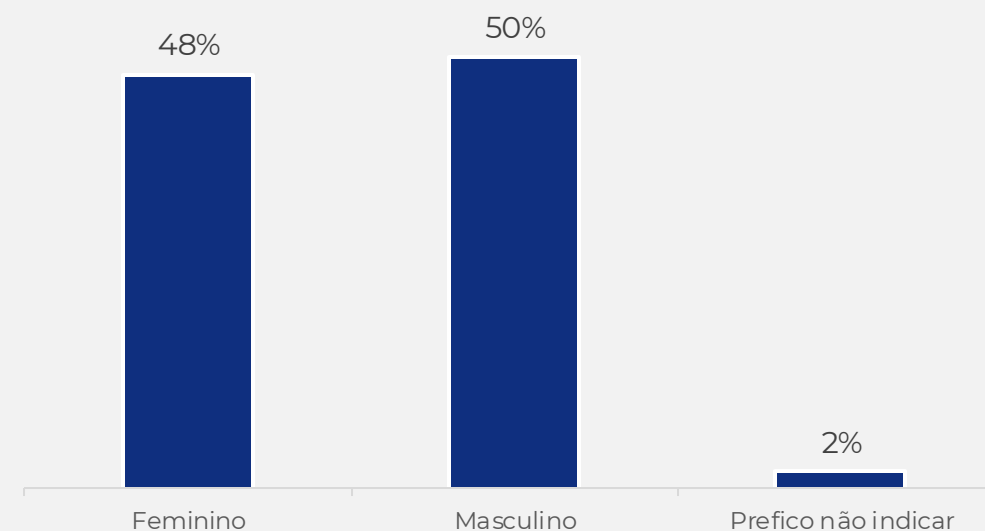
Dimensão: Género do respondente

A distribuição por género revela uma **representatividade** equilibrada entre mulheres e homens entre os agentes económicos que responderam ao inquérito:

- 50% identificaram-se como do género masculino
- 48% como do género feminino
- 2% preferiram não indicar

Este equilíbrio reforça a **pluralidade de perspetivas** na amostra analisada, assegurando que o estudo incorpora visões **diversificadas e inclusivas** da realidade empresarial e do setor turístico da cidade.

Questão **Qual o género do respondente?**



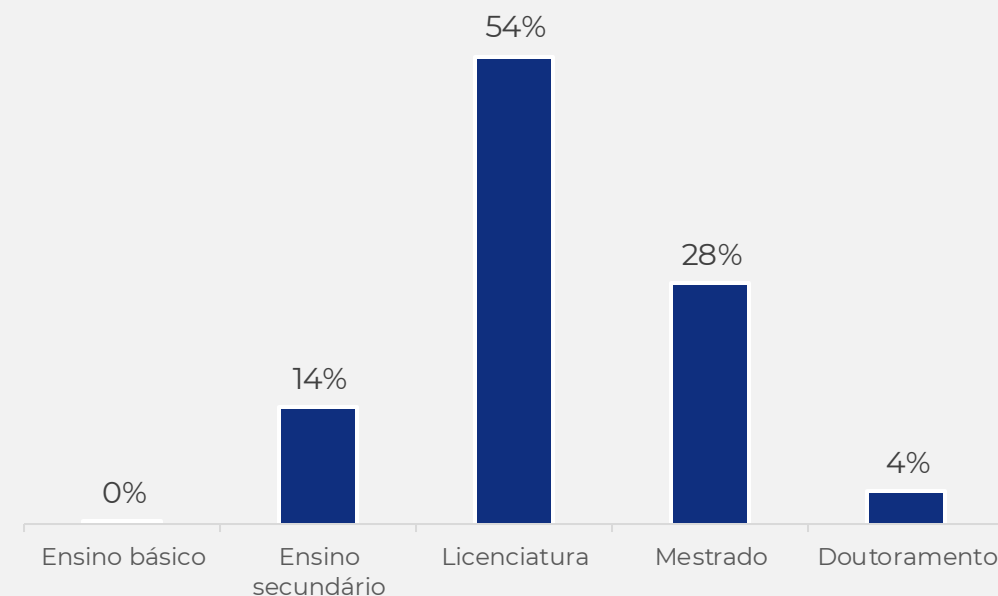
2.1.1. Base sociodemográfica e empresarial da amostra analisada

Dimensão: Habilitações literárias do respondente

A maioria dos respondentes apresenta níveis de qualificação académica superior, com 54% a indicarem possuir licenciatura e 29% mestrado. Estes dados reforçam a ideia de que os contributos recolhidos provêm, em grande parte, de profissionais com formação técnica ou científica sólida, com capacidade de análise crítica e visão estratégica sobre o setor.

Adicionalmente, 4% dos inquiridos têm doutoramento, enquanto 14% referem ter concluído o ensino secundário. As respostas registadas com o ensino básico, foram residuais, não alcançando um ponto percentual.

Questão **Qual a habilitação literária do respondente?**



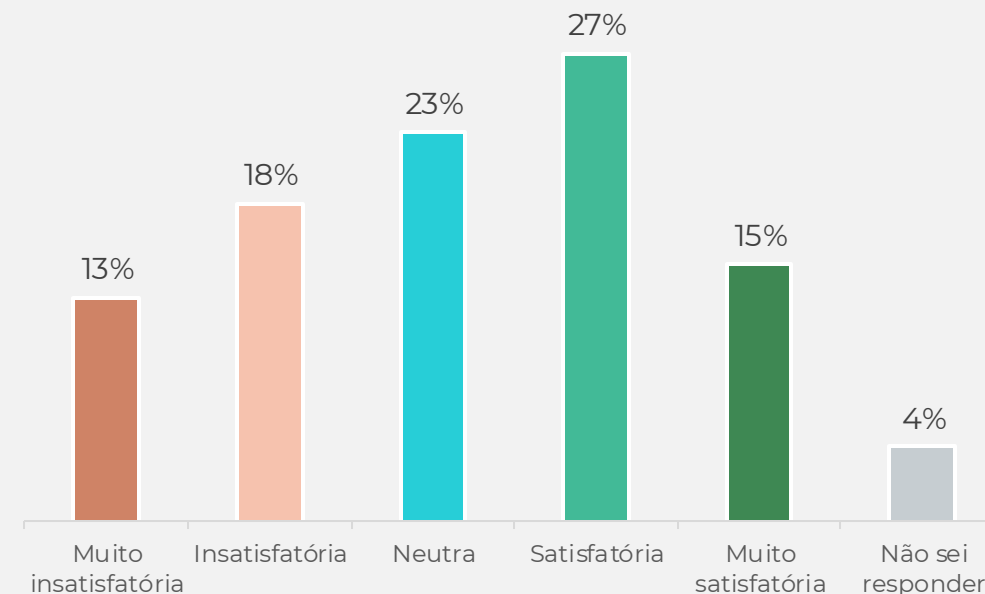
2.1.2. Avaliação dos agentes económicos sobre as políticas públicas

Dimensão: Estímulo à colaboração com o setor privado

A avaliação das políticas públicas no que respeita à colaboração do setor público com os agentes económicos privados revela uma perceção tendencialmente positiva, mas com margem relevante para reforço da articulação institucional.

- 42% dos inquiridos classificam a atuação como “Satisfatória” ou “Muito satisfatória”, sinalizando abertura para a cooperação público-privada.
- Contudo, 31% manifestam insatisfação (18% insatisfatória e 13% muito insatisfatória), o que reforça a ideia já identificada nas entrevistas de que alguns operadores sentem-se à margem dos processos de decisão.
- A percentagem de respostas “Neutras” (23%) pode refletir um grau de afastamento ou desconhecimento relativamente a iniciativas concretas nesta área.

Avaliação sobre as políticas públicas: Iniciativas que visam estimular a colaboração entre setor público e agentes privados



2.1.2. Avaliação dos agentes económicos sobre as políticas públicas

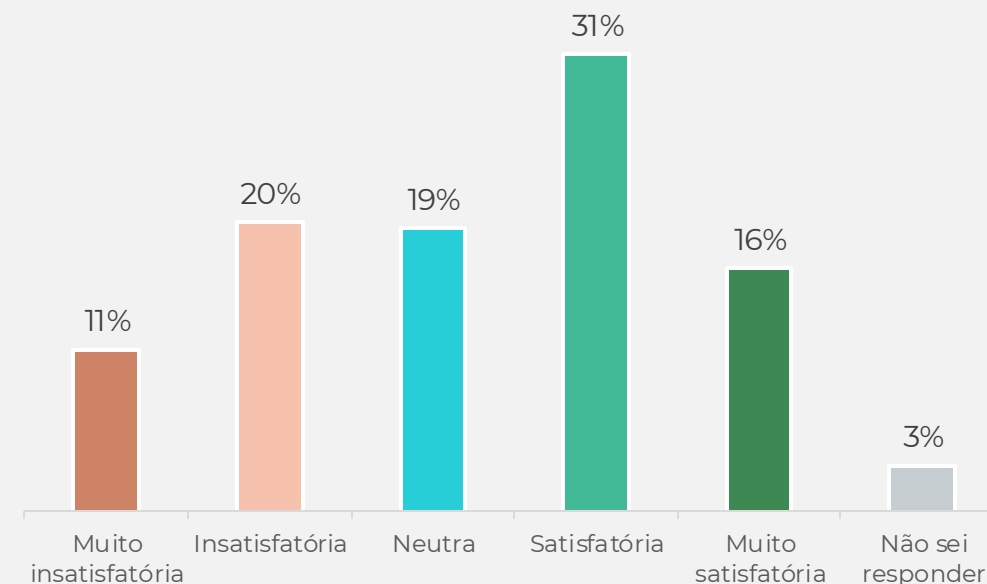
Dimensão: Comunicação de projetos e iniciativas turísticas

As políticas públicas quanto à comunicação de projetos e iniciativas turísticas é avaliada de forma globalmente positiva, embora continue a registar-se uma fatia relevante de insatisfação por parte de alguns agentes económicos.

- 47% dos inquiridos classificam a comunicação como “Satisfatória” ou “Muito satisfatória”, refletindo uma maioria relativa que reconhece algum grau de eficácia e visibilidade institucional nesta área.
- Ainda assim, 31% manifestam insatisfação (20% insatisfatória e 11% muito insatisfatória), sugerindo que as iniciativas nem sempre chegam aos operadores do setor de forma clara, acessível ou atempada.

Esta leitura está alinhada com os testemunhos recolhidos nas entrevistas, que apontaram **necessidade de melhoria** na visibilidade e continuidade na informação, bem como no feedback sobre ações em curso.

Avaliação sobre as políticas públicas. **Comunicação de projetos ou iniciativas turísticas dinamizados ou apoiados pela CMP**



2.1.2. Avaliação dos agentes económicos sobre as políticas públicas

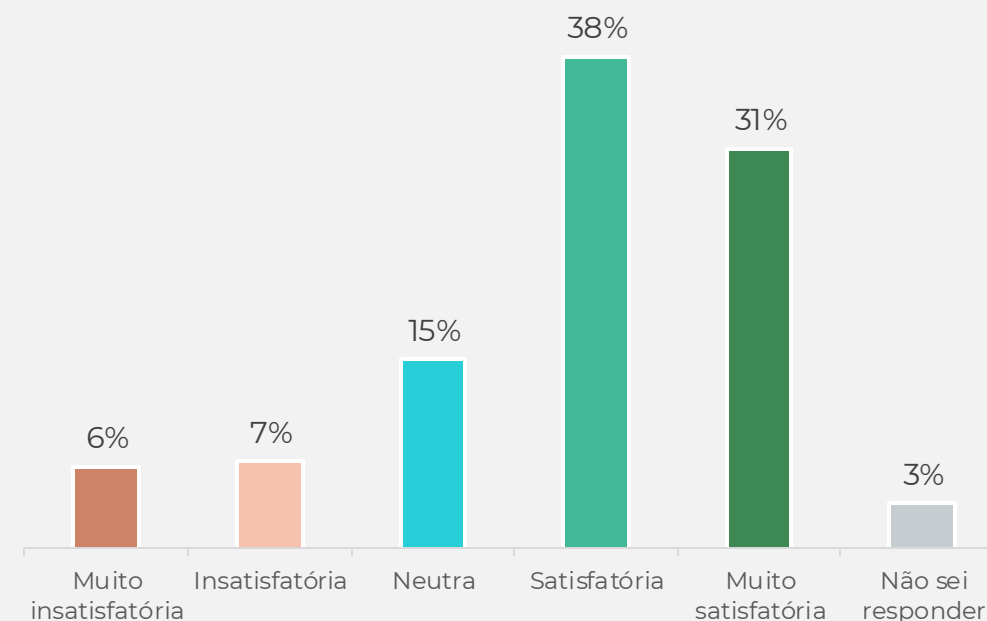
Dimensão: Promoção turística da cidade

As políticas públicas na área da promoção turística da cidade são claramente as mais bem avaliadas entre as dimensões analisadas.

- 69% dos agentes económicos consideram a atuação “Satisfatória” (38%) ou “Muito satisfatória” (31%), evidenciando um reconhecimento generalizado da eficácia promocional e do posicionamento do Porto enquanto destino urbano competitivo a nível nacional e internacional.
- A insatisfação é residual, com apenas 13% de respostas negativas (6% muito insatisfatória e 7% insatisfatória), enquanto 15% optaram por uma resposta neutra.

Estes dados confirmam a tendência já identificada nas entrevistas, onde a promoção foi, em geral, valorizada. No entanto, os mesmos testemunhos alertaram para a necessidade de **alinhar a promoção com a capacidade real da cidade**, um ponto que poderá ser retomado na análise cruzada com temas como **fluxos turísticos** ou **sustentabilidade**.

Avaliação sobre as políticas públicas: Promoção turística da cidade do Porto



2.1.2. Avaliação dos agentes económicos sobre as políticas públicas

Dimensão: Distribuição dos fluxos turísticos no território

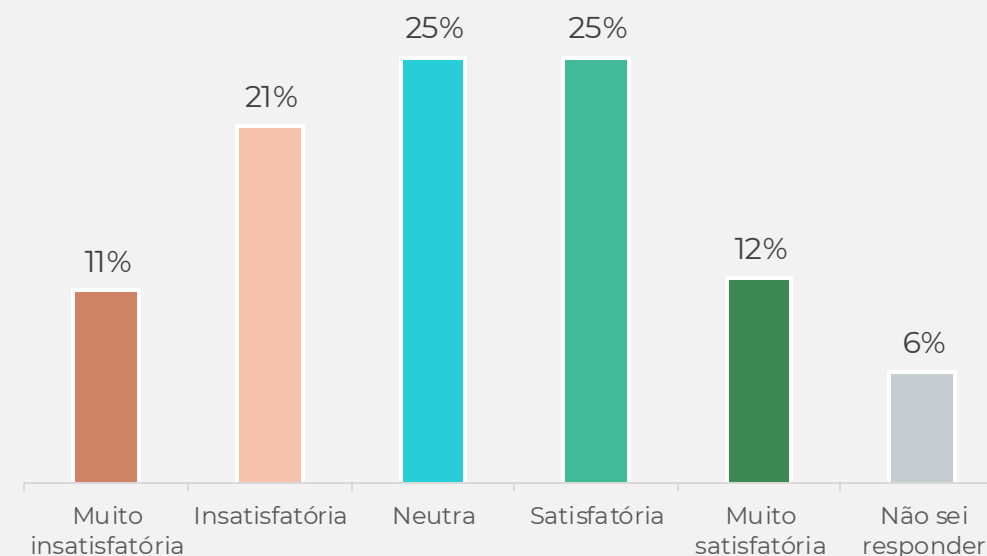
A avaliação das políticas públicas com vista à distribuição dos fluxos turísticos pela cidade revela uma perceção dividida e menos consensual.

A soma das respostas “Satisfatória” (25%) e “Muito satisfatória” (12%) atinge apenas 37%, enquanto a insatisfação totaliza 32% (21% insatisfatória e 11% muito insatisfatória).

O valor de respostas neutras (25%) é também expressivo e pode refletir desconhecimento ou impacto ainda pouco visível das medidas implementadas, o que está alinhado com algumas das críticas recorrentes nas entrevistas — nomeadamente a ausência de produto turístico estruturado fora do centro e a falta de acessibilidades e sinalética em zonas emergentes.

Estes dados mostram que, embora exista reconhecimento de esforços em curso, ainda não é clara para muitos operadores a eficácia real das medidas de desconcentração, reforçando a necessidade de ações mais visíveis, comunicadas e operacionalizadas em articulação com o setor.

Avaliação sobre as políticas públicas: Projetos com vista à distribuição dos fluxos turísticos pela cidade



2.1.2. Avaliação dos agentes económicos sobre as políticas públicas

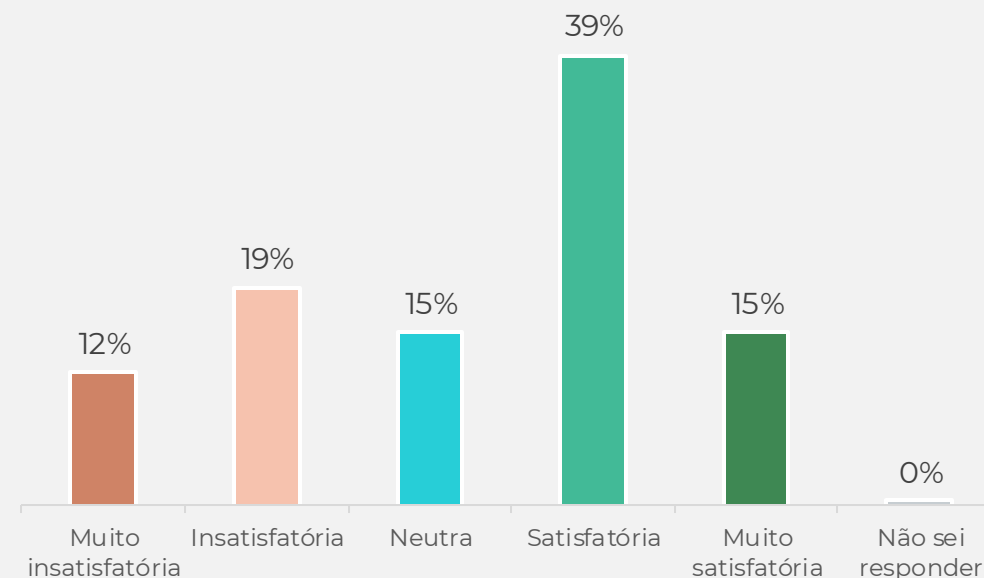
Dimensão: Qualificação do espaço público

As políticas públicas para a qualificação dos espaços públicos é, entre todas as dimensões avaliadas, uma das que obtém melhores níveis de satisfação global por parte dos agentes económicos.

- 54% dos inquiridos classificam a atuação como “Satisfatória” (39%) ou “Muito satisfatória” (15%), revelando reconhecimento pela melhoria de praças, ruas, jardins e zonas pedonais.
- Ainda assim, 31% dos respondentes expressam insatisfação (19% insatisfatória e 12% muito insatisfatória), o que pode refletir perceções críticas localizadas, associadas à falta de manutenção, limpeza urbana ou acessibilidade em zonas específicas da cidade.

A percentagem de respostas neutras (15%) é reduzida, o que mostra que esta é uma área com impacto direto na experiência diária dos operadores e, por isso, com avaliações mais definidas.

Avaliação sobre as políticas públicas: Intervenções que visam a qualificação dos espaços públicos



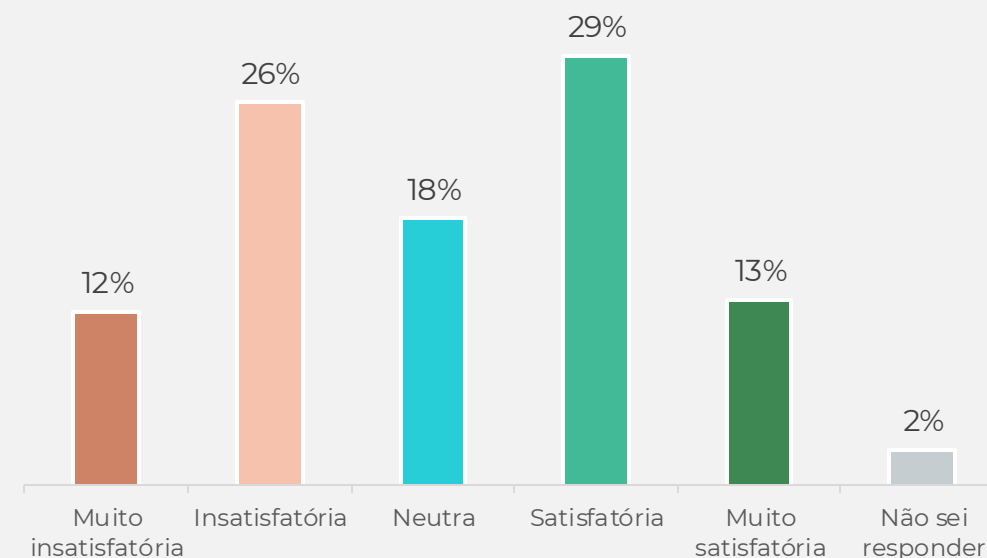
2.1.2. Avaliação dos agentes económicos sobre as políticas públicas

Dimensão: Equilíbrio entre turismo e vida local

As políticas públicas com vista à promoção de projetos que visam o equilíbrio entre a atividade turística e a vida local apresenta uma distribuição equilibrada entre perceções positivas e negativas, revelando que esta é uma área delicada e com opiniões polarizadas.

- Por um lado, 42% dos inquiridos consideram a atuação satisfatória (29%) ou muito satisfatória (13%), reconhecendo esforços no sentido de mitigar tensões entre visitantes e residentes, ainda que pontuais.
- Por outro lado, 38% expressam insatisfação (26% insatisfatória e 12% muito insatisfatória), o que confirma as preocupações já manifestadas nas entrevistas, como a concentração de fluxos no centro, ruído, perda de autenticidade e pressão sobre a habitação. Muitos operadores defendem que ainda não existem medidas suficientemente concretas e visíveis que assegurem a compatibilização entre turismo e quotidiano urbano.

Avaliação sobre as políticas públicas: Projetos que visam o equilíbrio entre turismo e a vida local



2.1.3. Visão dos agentes económicos sobre o papel e o futuro do turismo

Dimensão: Turismo e crescimento económico

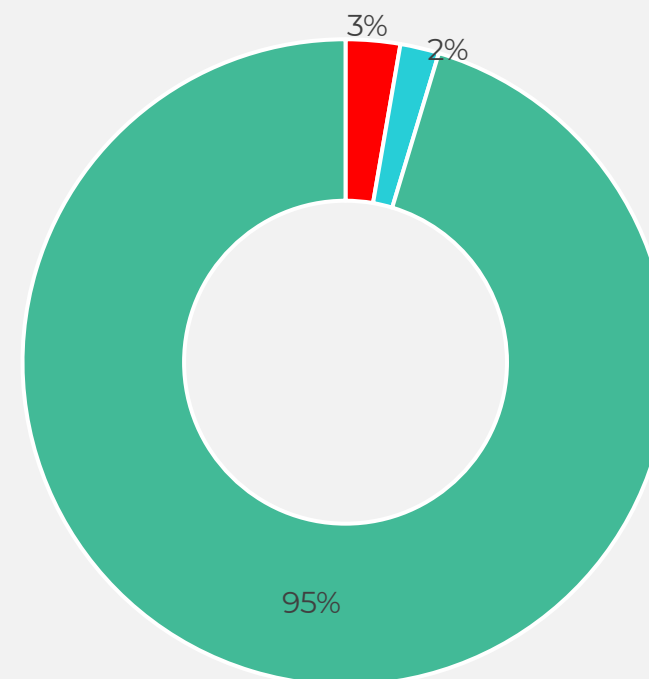
A perceção dos agentes económicos é praticamente unânime quanto ao papel estruturante do turismo no crescimento económico da cidade.

95% dos inquiridos concordam com a afirmação de que “O turismo é fundamental para o crescimento económico da cidade”, o que reflete um forte consenso em torno da relevância estratégica do setor para o dinamismo empresarial, o investimento e a criação de valor.

Apenas 2% expressam discordância, e 3% assumem uma posição neutra, valores residuais que confirmam o peso do turismo como pilar reconhecido da economia urbana do Porto.

Estes dados estão em linha com a leitura anterior da amostra: uma maioria de empresas com elevado volume de negócios diretamente dependente do turismo e com mais de uma década de operação, o que reforça a legitimidade desta visão sobre o papel económico do setor na cidade.

Concordância com a afirmação:
“O turismo é fundamental para o crescimento económico da cidade.”



■ Discordo ■ Neutro ■ Concordo

2.1.3. Visão dos agentes económicos sobre o papel e o futuro do turismo

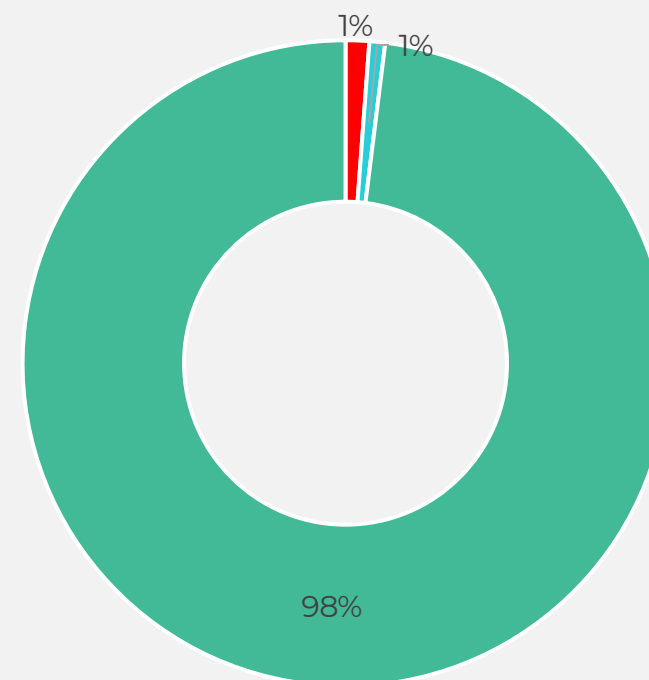
Dimensão: Criação de emprego através do turismo

A afirmação de que “O turismo cria oportunidades de emprego na cidade” recolhe um nível de concordância praticamente absoluto entre os agentes económicos: 98% concordam com esta afirmação, o que traduz consciência clara do setor sobre o seu papel na geração de postos de trabalho.

A percentagem de respostas neutras (1%) e de discordância (1%) é residual, o que reforça o carácter transversal desta perceção, independentemente do setor ou dimensão das empresas.

Este resultado está alinhado com os dados anteriores sobre o peso do turismo no volume de negócios e a forte presença de microempresas e operadores locais, cuja existência e sustentabilidade estão frequentemente ligadas ao dinamismo da procura turística. Confirma também uma das mensagens-chave recolhidas nas entrevistas: o turismo tem sido um motor de empregabilidade e de revitalização económica, sobretudo em setores como o alojamento, a restauração, o comércio e a animação turística.

Concordância com a afirmação:
“O turismo cria oportunidades de emprego na cidade.”



■ Discordo ■ Neutro ■ Concordo

2.1.3. Visão dos agentes económicos sobre o papel e o futuro do turismo

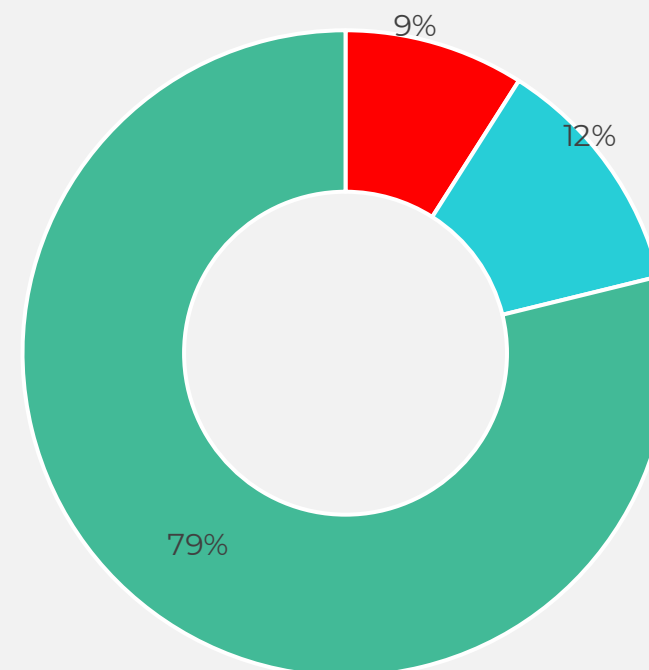
Dimensão: Turismo e valorização da identidade local

A maioria dos agentes económicos considera que o turismo tem contribuído para valorizar, preservar e promover a identidade da cidade do Porto, com 79% a concordarem com esta afirmação. Este resultado revela uma perceção positiva sobre o papel do turismo na requalificação do património, dinamização cultural e projeção externa da cidade.

No entanto, a presença de 12% de respostas neutras e 9% de discordância indica que nem todos partilham desta visão, refletindo as tensões já identificadas em entrevistas com preocupações quanto a uma possível descaracterização comercial e perda de autenticidade em algumas zonas históricas.

Este resultado aponta para um reconhecimento dos efeitos potenciadores do turismo na cultura local, mas também para uma crescente exigência quanto à forma como essa valorização é feita no território.

Concordância com a afirmação:
“O turismo permite valorizar, preservar e promover a identidade da cidade do Porto.”



■ Discordo ■ Neutro ■ Concordo

2.1.3. Visão dos agentes económicos sobre o papel e o futuro do turismo

Dimensão: Preservação dos recursos naturais

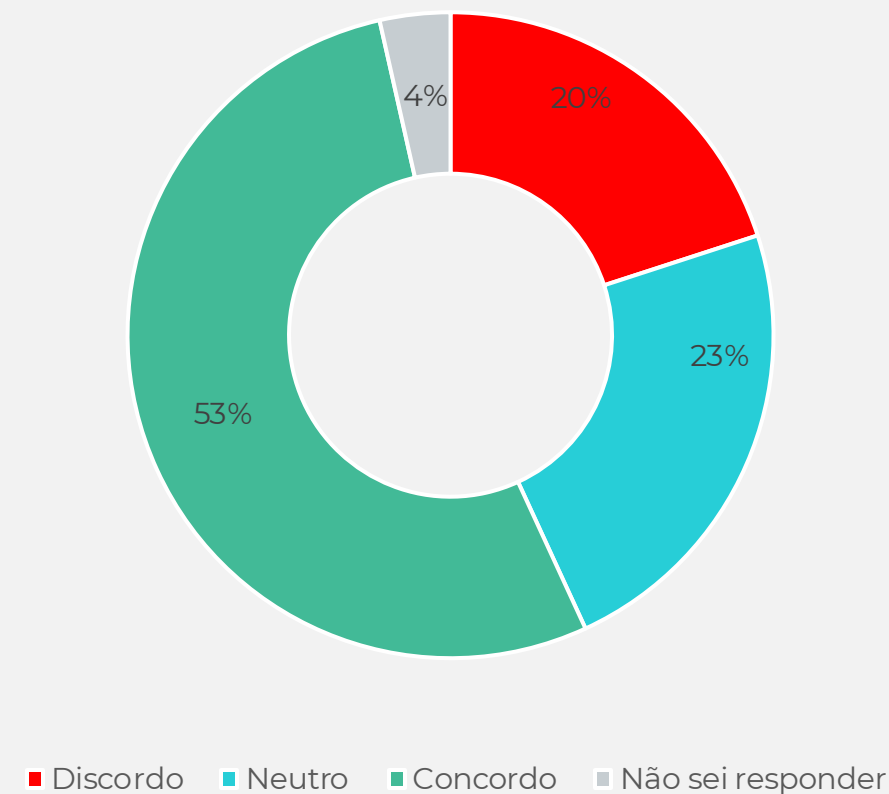
A avaliação sobre a afirmação “O turismo da cidade do Porto tem preservado os recursos naturais do território” revela uma perceção menos consensual.

A maioria (53%) concorda com a afirmação, reconhecendo que o turismo pode ter contribuído para proteger espaços naturais, encorajar boas práticas ambientais e reforçar a sensibilização pública.

Contudo, há uma percentagem relevante de respostas neutras (23%) e de discordância (20%), que indicam incerteza quanto ao impacto ambiental real da atividade turística. Estes números estão alinhados com preocupações recorrentes expressas nas entrevistas, nomeadamente sobre pressão sobre zonas ribeirinhas, mobilidade urbana poluente e ausência de políticas claras de sustentabilidade visível no terreno.

O facto de 4% dos inquiridos terem escolhido a opção “Não sei responder” reforça a ideia de que a ligação entre turismo e ambiente ainda é pouco comunicada.

Concordância com a afirmação:
“O turismo da cidade do Porto tem preservado os recursos naturais do território.”



2.1.3. Visão dos agentes económicos sobre o papel e o futuro do turismo

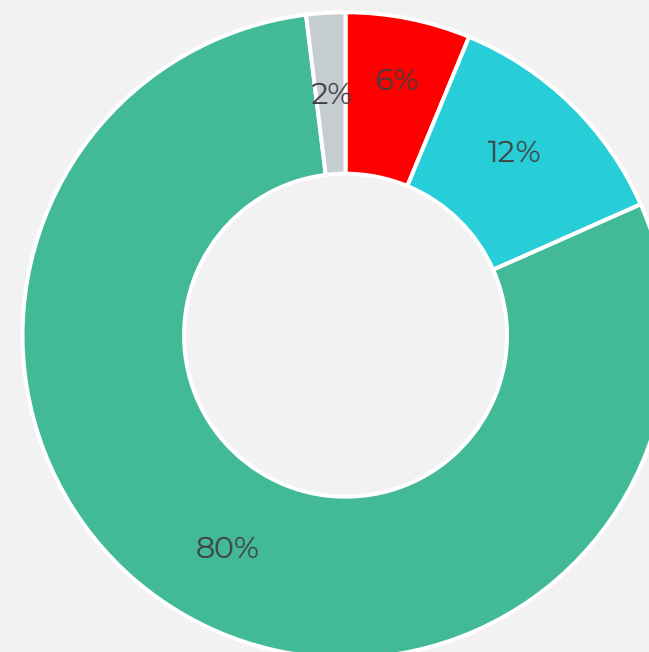
Dimensão: Balanço entre benefícios e impactos do turismo

A maioria dos agentes económicos considera que, no geral, os benefícios positivos do turismo superam os possíveis impactos negativos:

- 80% dos inquiridos concordam com esta afirmação, evidenciando uma perceção fortemente positiva e equilibrada do papel do turismo na cidade.
- A presença de 12% de respostas neutras indica alguma prudência ou necessidade de contextualização — refletindo possivelmente a coexistência de benefícios evidentes (como emprego e investimento) com tensões crescentes ligadas à pressão urbana, habitação ou mobilidade.

A discordância é muito reduzida (6%), e apenas 2% dos inquiridos não souberam responder, confirmando que a visão dominante é favorável, mas com espaço para aprofundar o debate sobre os impactos indiretos da atividade turística, em particular quando cruzada com perceções sobre identidade, sustentabilidade ou equilíbrio urbano.

Concordância com a afirmação:
“No geral, os benefícios positivos do turismo superam os possíveis impactos negativos.”



■ Discordo ■ Neutro ■ Concordo ■ Não sei responder

2.1.3. Visão dos agentes económicos sobre o papel e o futuro do turismo

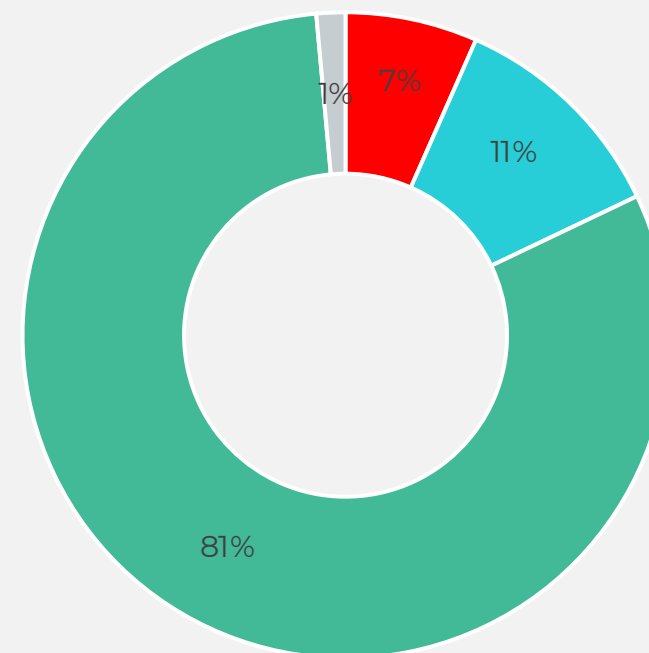
Dimensão: Prioridade estratégica do turismo para o Porto

A maioria dos agentes económicos considera que o turismo deve continuar a ser uma aposta prioritária da cidade do Porto, com 81% de concordância. Este resultado demonstra apoio consolidado à continuidade das políticas públicas direcionadas para o setor, reafirmando o seu papel estruturante no desenvolvimento económico e urbano da cidade.

A percentagem de respostas neutras (11%) e de discordância (7%) é relativamente residual, mas pode refletir uma perceção crítica quanto à forma como a atividade turística tem sido gerida, ou ao seu impacto em dimensões como a habitação, mobilidade ou equilíbrio com a vida local — aspetos também identificados nas entrevistas e em dimensões anteriores do inquérito.

A resposta “Não sei responder” (1%) praticamente inexistente, reforça que esta é uma questão estratégica central e amplamente interiorizada pelos operadores económicos da cidade.

Concordância com a afirmação:
“O turismo deve continuar a ser uma aposta prioritária da cidade do Porto.”



■ Discordo ■ Neutro ■ Concordo ■ Não sei responder

2.1.3. Visão dos agentes económicos sobre o papel e o futuro do turismo

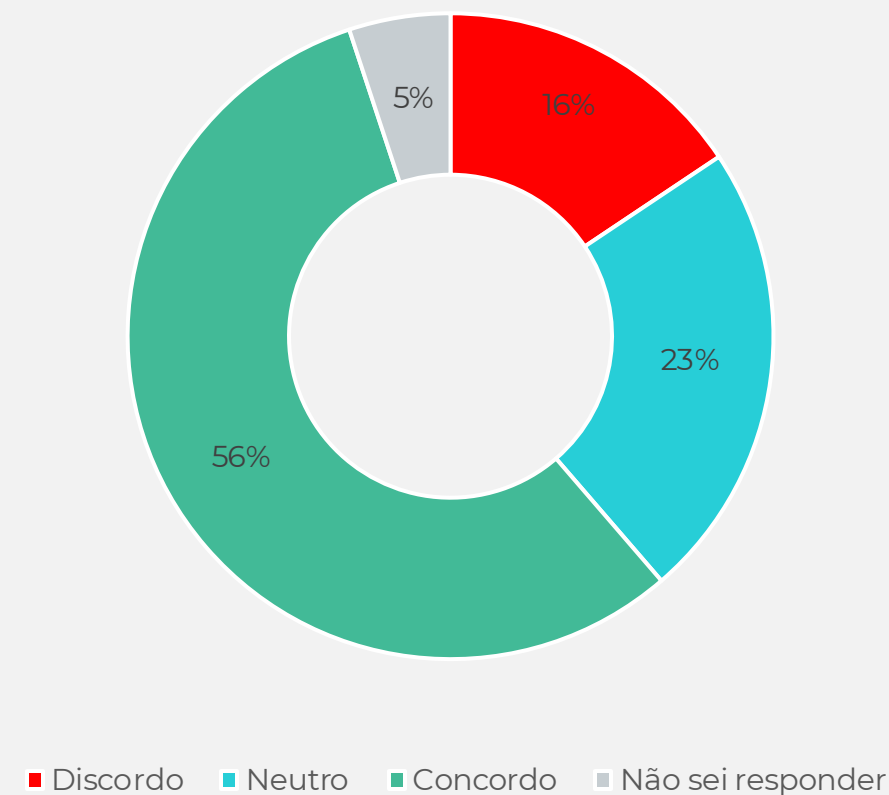
Dimensão: Adequação do perfil dos turistas que visitam a cidade

A maioria dos agentes económicos concorda que a tipologia de turistas que visita a cidade é a correta, com 56% de respostas positivas. Este valor indica uma perceção globalmente positiva quanto ao tipo de procura que o Porto tem vindo a atrair, nomeadamente no que toca ao comportamento, perfil de consumo e compatibilidade com a oferta existente.

No entanto, 23% dos inquiridos posicionam-se de forma neutra, e 16% discordam da afirmação, o que revela a existência de algumas reservas ou insatisfações quanto à adequação do perfil atual de visitante. Estes dados refletem preocupações também expressas nas entrevistas, sobretudo relacionadas com o crescimento de segmentos de menor valor acrescentado, comportamentos disruptivos e impactos sobre a vivência urbana nas zonas mais turísticas.

Este resultado sugere que, apesar do reconhecimento generalizado da atratividade turística da cidade, há espaço para refinar o posicionamento estratégico do destino e atrair novos segmentos de valor acrescentado.

Concordância com a afirmação:
“Considero que a tipologia de turistas que visitam a cidade é a correta.”



2.1.4. Prioridades estratégicas para o futuro do turismo da cidade do Porto

Entre as opções disponíveis, as escolhas refletem preocupações muito claras com a gestão urbana, o equilíbrio entre turismo e vida local e o reforço da articulação entre setor público e privado.

A prioridade mais destacada — “Reforçar a segurança urbana” (52%) — confirma a centralidade da questão da segurança no debate sobre a experiência turística na cidade. Este resultado está em linha com o que foi expresso nas entrevistas, onde surgiram referências frequentes à presença de carteiristas, comportamentos abusivos, perceção de impunidade e ausência de policiamento visível em zonas turísticas.

A segurança é percecionada como uma condição essencial para preservar a atratividade do destino e garantir a confiança de residentes, operadores e visitantes.

Questão

“Quais considera ser as prioridades de intervenção para o turismo da cidade?”



2.1.4. Prioridades estratégicas para o futuro do turismo da cidade do Porto

Logo após a segurança, três prioridades destacam-se pela sua ligação ao equilíbrio urbano e à legitimidade social da atividade turística:

- “Monitorizar a opinião dos residentes e combater a ideia de overtourism” (29%)
- “Aumentar a fiscalização dos negócios turísticos” (28%)
- “Reforçar a limpeza dos espaços públicos” (28%)

Estes temas refletem a preocupação dos operadores com a aceitação social do turismo, o cumprimento das regras e a qualidade da experiência urbana.

Reforçam também a necessidade de **estratégias que articulem turismo com cidadania**, com atenção à vivência dos residentes e à imagem pública da cidade.

Questão “Quais considera ser as prioridades de intervenção para o turismo da cidade?”



2.1.4. Prioridades estratégicas para o futuro do turismo da cidade do Porto

Em patamares logo abaixo das prioridades mais urgentes, surgem temas estruturantes que apontam para uma visão de médio prazo.

A redução da burocracia (24%) e a distribuição dos fluxos turísticos pela cidade e/ou cidades de proximidade (23%) revelam um apelo a medidas de gestão mais eficientes e estratégias de desconcentração com impacto real no território.

Tal como identificado nas entrevistas, os operadores reconhecem que a distribuição de fluxos exige produto estruturado, acessos, sinalética, segurança e atratividade real.

Já o reforço da colaboração com a CM Porto (15%), a promoção em novos mercados internacionais (13%) e a regulamentação do setor (17%) apontam para a importância de reforçar a governance, a diversificação e a credibilidade institucional do destino.

Questão “Quais considera ser as prioridades de intervenção para o turismo da cidade?”



2.1.4. Prioridades estratégicas para o futuro do turismo da cidade do Porto

Entre as opções com menor percentagem de escolha destacam-se:

- Qualificação (12%) e captação (5%) de profissionais para o turismo
- Garantir a acessibilidade para todos nos espaços e infraestruturas turísticas (11%)
- Facilitação do uso do transporte público pelos turistas (7%)

Apesar da sua expressão estatística mais baixa, estes temas surgem frequentemente nas entrevistas. Isso demonstra que são desafios estruturais já interiorizados pelos operadores e que requerem respostas consistentes e contínuas, mais do que medidas pontuais.

Questão “Quais considera ser as prioridades de intervenção para o turismo da cidade?”



2.1.4. Prioridades estratégicas para o futuro do turismo da cidade do Porto

Outros comentários

Além das prioridades, foram submetidos outros comentários. Estes foram agrupados, atendendo à sua similaridade temática.

- Reverter as restrições à circulação de autocarros turísticos no centro da cidade.
- Fiscalizar ativamente lojas de souvenirs ilegais, guias não certificados, uso indevido dos tuk-tuks, e motoristas TVDE em situação irregular.
- Impedir novas aberturas de lojas de baixo valor nas artérias nobres, preservando a identidade e o equilíbrio comercial das zonas históricas.
- Concentrar a descarga de mercadorias antes das 9h, reduzindo congestionamentos no horário de funcionamento turístico.
- Requalificar o espaço público, incluindo limpeza de grafitis, manutenção de sinalética e jardins, e substituição de passeios degradados.
- Distribuir parte da receita da taxa turística pelas lojas históricas, como forma de compensação e preservação ativa.
- Criar zonas de estacionamento periférico com transporte gratuito e regular para o centro da cidade.
- Limitar a abertura de novos hotéis e AL no centro, incentivando a dispersão da oferta para outras zonas urbanas.
- Investir na habitação acessível para trabalhadores, de forma a reduzir deslocações pendulares e reforçar o tecido social local.
- Aumentar o número e a qualidade dos eventos fora da época alta, promovendo o Porto como destino ativo ao longo de todo o ano.
- Simplificar os processos burocráticos municipais, com particular foco nos investidores e operadores do setor turístico e imobiliário.
- Reforçar o civismo urbano, através de penalizações mais eficazes a estacionamento indevido e incivildades no espaço público.

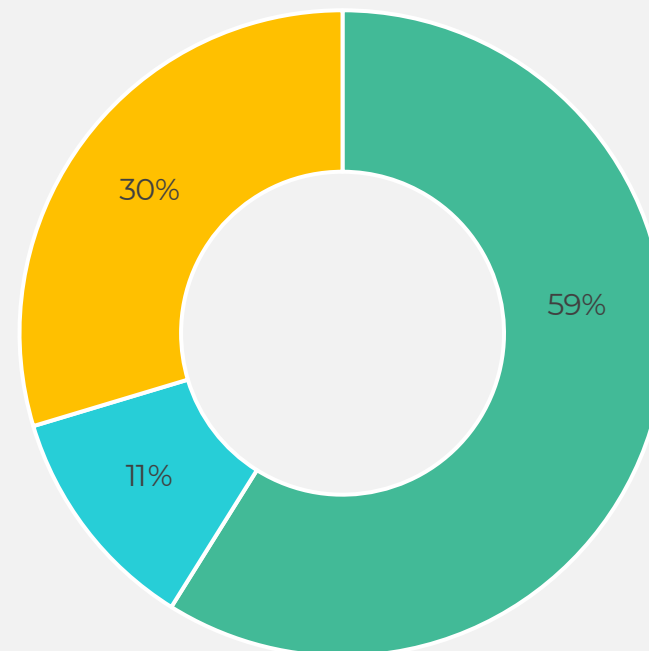
2.1.5. Envolvimento nas decisões sobre o turismo na cidade

A maioria dos agentes económicos manifesta vontade clara de estar mais envolvida nas decisões que dizem respeito ao turismo na cidade:

- 59% dos inquiridos responderam afirmativamente, o que reforça o que já tinha sido identificado nas entrevistas — **existe capital de disponibilidade e compromisso no setor para participar de forma mais ativa** nos processos de planeamento e gestão turística.
- A presença de 30% de respostas “Não sei” revela, no entanto, um nível relevante de incerteza ou distanciamento, possivelmente refletindo falta de informação sobre como esse envolvimento poderia ocorrer na prática, ou experiências anteriores com pouca eficácia ou continuidade.
- Apenas 11% dos agentes referem não querer estar mais envolvidos.

Este resultado reforça a necessidade de criar mecanismos formais de auscultação, consulta e devolução de contributos.

Questão:
“Gostaria de estar mais envolvido nas decisões sobre o turismo na cidade?”



■ Sim ■ Não ■ Não sei

2.1.6. Adesão a iniciativas da Câmara Municipal do Porto

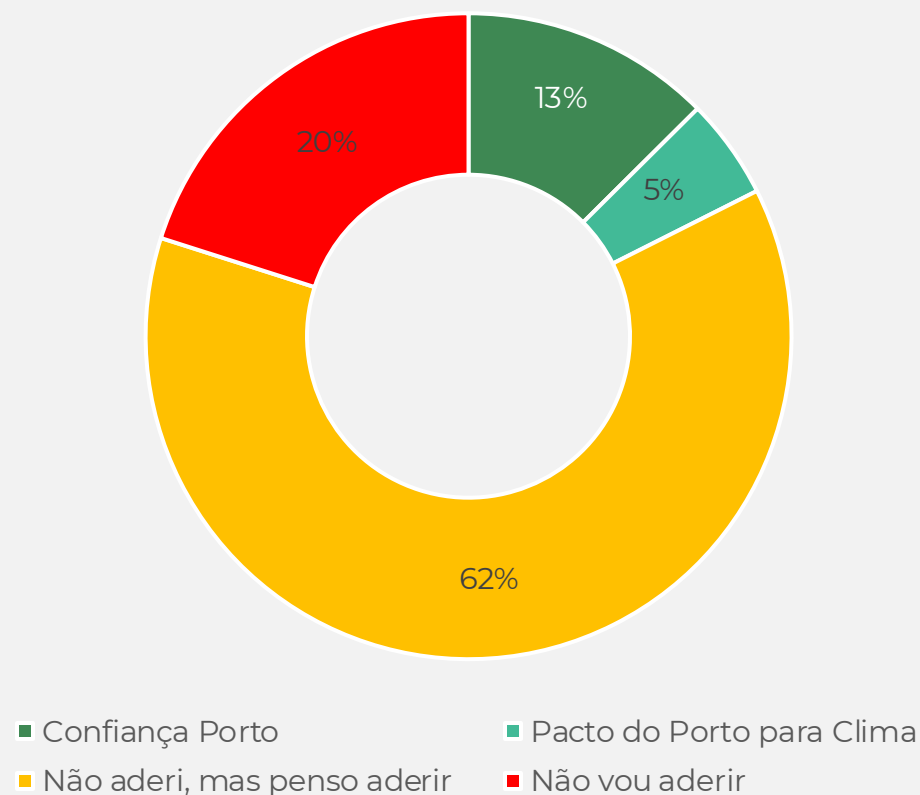
Apenas 13% das empresas inquiridas referem ter aderido a alguma destas iniciativas, sendo a esmagadora maioria dessa adesão associada ao “Confiança Porto”, o que sugere maior visibilidade ou aplicabilidade prática desta medida no contexto turístico.

Contudo, o dado mais expressivo é o dos 62% que ainda não aderiram, mas afirmam estar a ponderar fazê-lo. Esta percentagem demonstra uma abertura considerável do setor a participar em iniciativas municipais..

Por outro lado, 20% indicam que não pretendem aderir, o que levanta questões sobre a perceção de utilidade, alinhamento com os objetivos das empresas ou falta de conhecimento sobre o que estas iniciativas envolvem.

Este cenário reforça a importância de aumentar a comunicação, o acompanhamento técnico e a demonstração de resultados práticos destas iniciativas, para potenciar a sua adesão e impacto no ecossistema turístico local.

Questão:
“A sua empresa aderiu a alguma destas iniciativas promovidas pela CM Porto?”



Conclusões

A análise às respostas dos 258 agentes económicos com atividade na cidade do Porto permite identificar um conjunto claro de tendências, preocupações e orientações estratégicas que devem ser consideradas na definição de políticas públicas para o setor turístico.

1. O turismo é reconhecido como um pilar da economia urbana

Há um consenso alargado entre os agentes económicos sobre a importância estrutural do turismo na cidade.

Praticamente todos os inquiridos reconhecem o seu papel central no crescimento económico, na criação de emprego e na valorização da identidade local.

Esta visão está fortemente alinhada com a realidade da amostra: empresas com forte dependência do turismo e presença consolidada na cidade.

2. Os operadores apoiam a continuidade da aposta estratégica no turismo, mas exigem maior equilíbrio urbano

A maioria dos inquiridos considera que os benefícios do turismo superam os seus impactos negativos, e defende que o turismo deve continuar a ser uma prioridade estratégica para a cidade.

Contudo, os dados revelam preocupações reais quanto à sustentabilidade urbana, nomeadamente: Pressão sobre o espaço público; Perda de autenticidade; Concentração de fluxos; Fragilidades na relação entre turismo e vida local.

Conclusões

3. A segurança urbana e a gestão do espaço público surgem como prioridades absolutas

Entre todas as áreas de intervenção sugeridas, “reforçar a segurança urbana” (52%) foi a mais selecionada, evidenciando que a segurança é vista como uma condição mínima para a qualidade da experiência turística e para a proteção dos negócios.

Também se destacam como prioridades: Aumentar a fiscalização do setor; Reduzir a burocracia; Melhorar os espaços públicos; Distribuir os fluxos turísticos pela cidade e região. Estas escolhas indicam um apelo direto à regulação, simplificação e requalificação da experiência urbana associada ao turismo.

4. Há abertura do setor para colaborar e participar — mas faltam canais eficazes

Quase 6 em cada 10 inquiridos gostariam de estar mais envolvidos nas decisões sobre o turismo na cidade, e 62% afirmam que ainda não aderiram a iniciativas promovidas pela CM Porto, mas ponderam fazê-lo. Estes dois indicadores apontam para uma disponibilidade concreta para colaborar, mas também para uma ausência de mecanismos claros de participação, diálogo e incentivo à adesão.

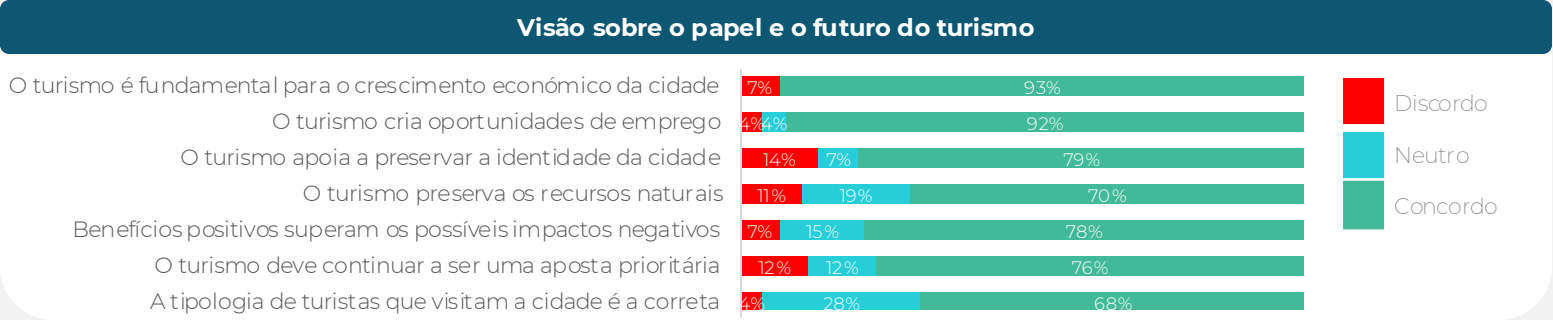
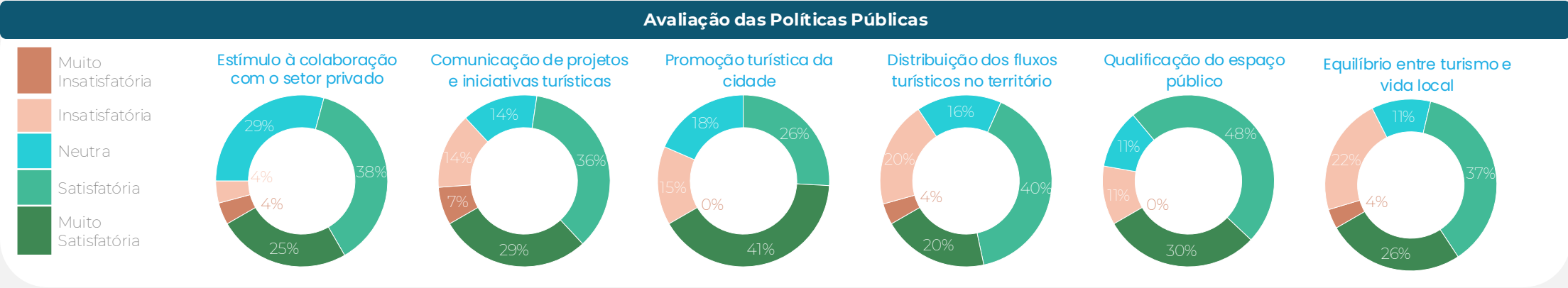
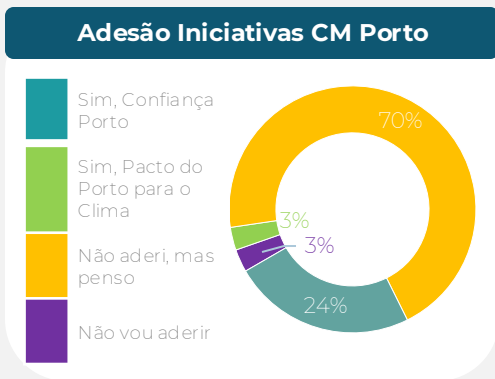
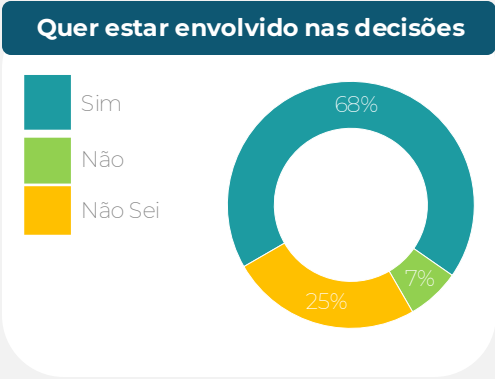
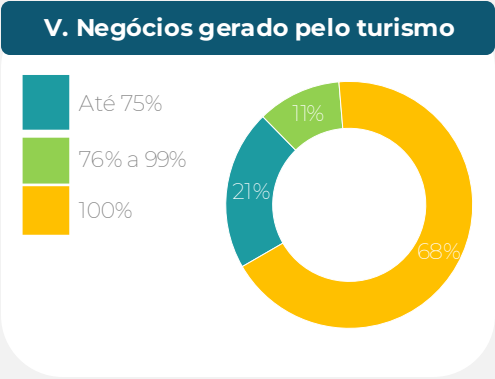
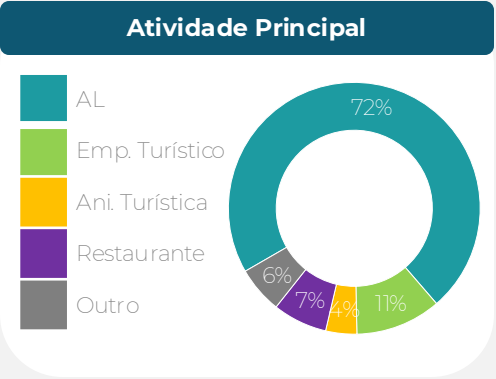
5. A adesão às iniciativas da CM Porto é ainda tímida, sobretudo na agenda climática

Apenas 13% dos inquiridos aderiram a iniciativas como o “Confiança Porto” ou o “Pacto do Porto para o Clima”, e a esmagadora maioria dessa adesão ocorreu no primeiro caso. O setor mostra disponibilidade para se envolver, mas a agenda ambiental e de sustentabilidade ainda carece de tradução prática, apoio técnico e comunicação mais eficaz.

2.2. Leitura segmentada dos inquéritos aos agentes económicos

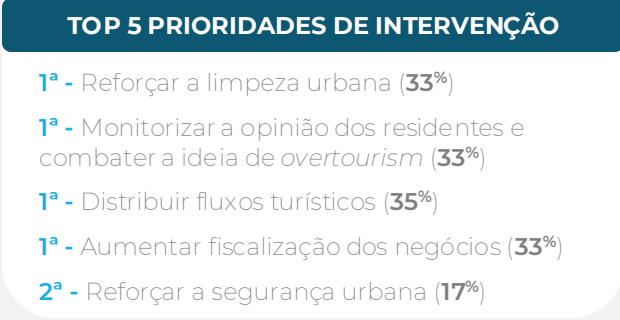
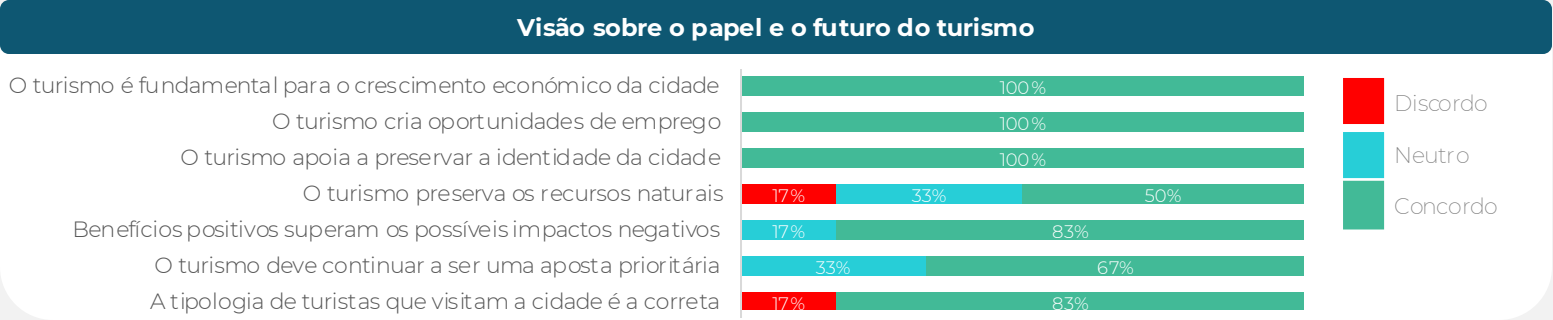
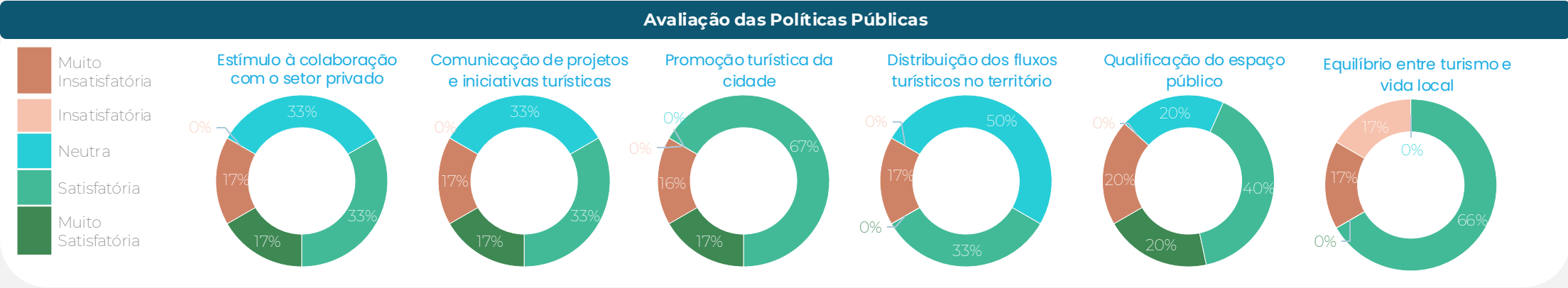
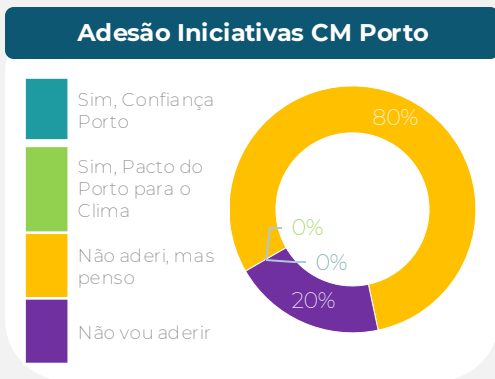
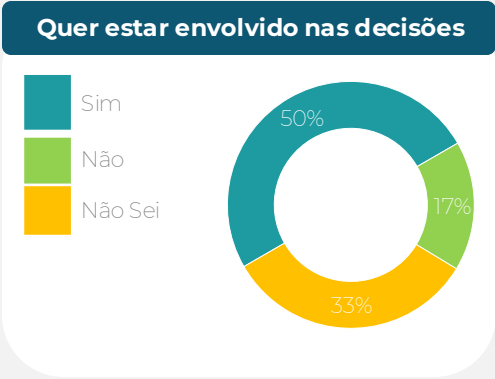
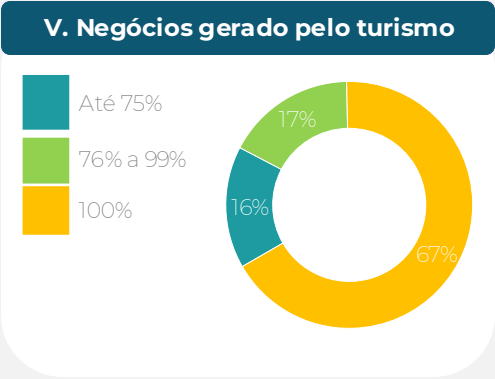
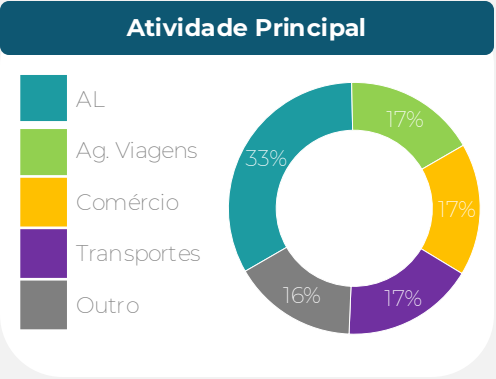
2.2.1. Leitura por freguesia

Ficha Síntese | Freguesia: Bonfim

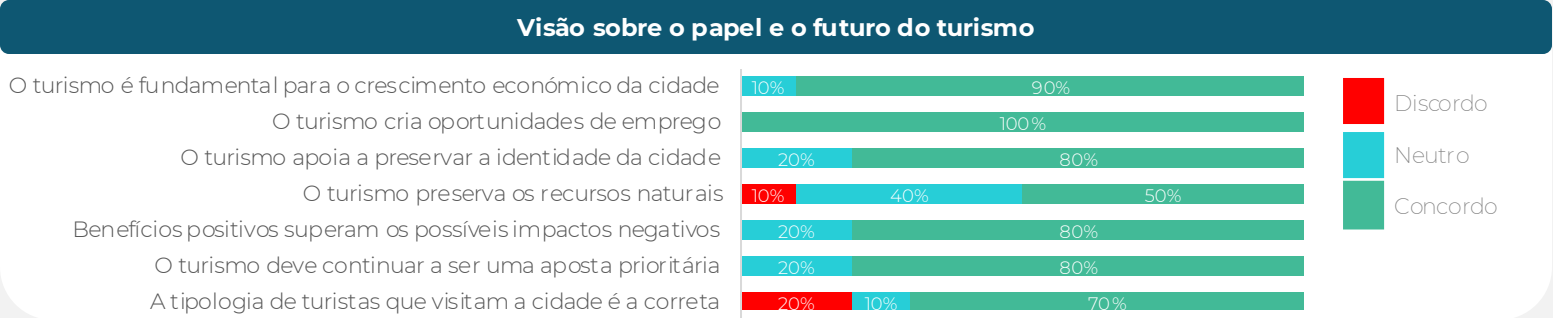
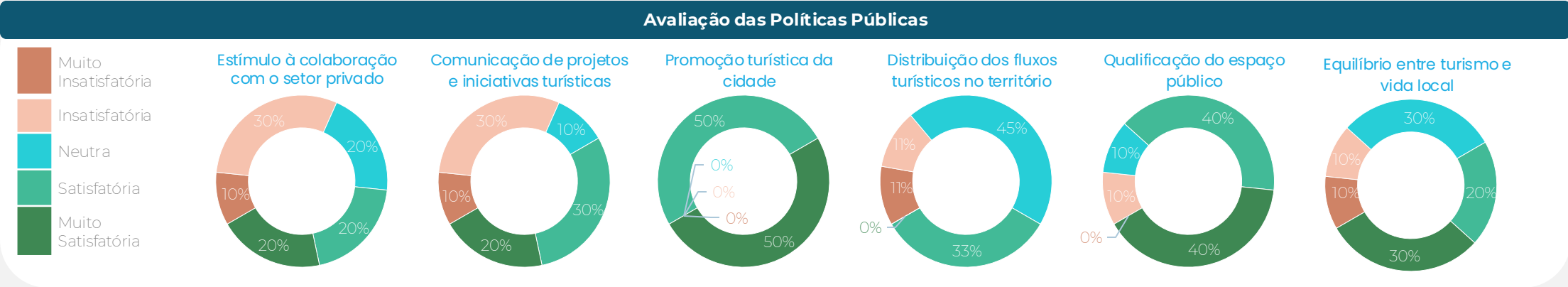
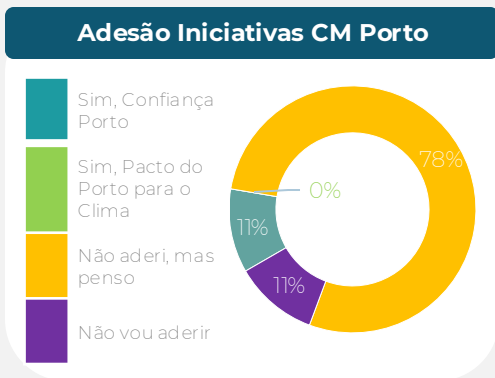
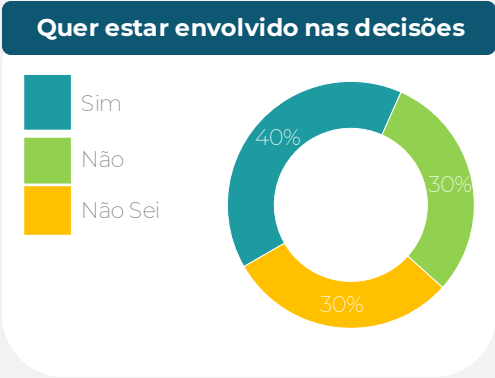
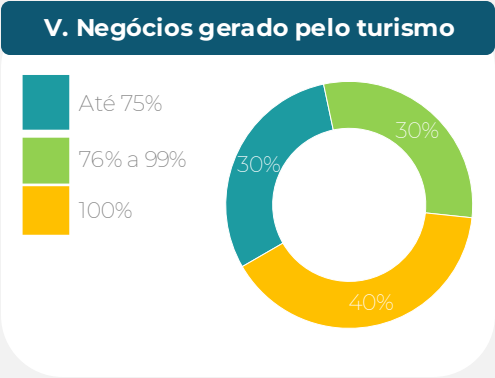
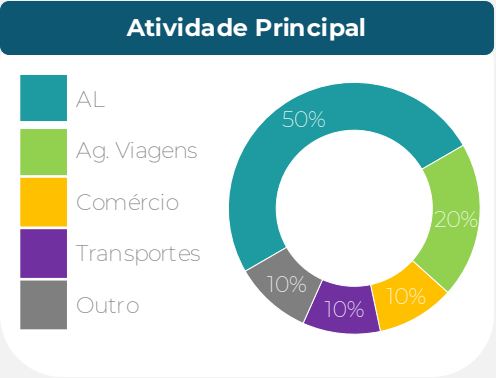


- TOP 5 PRIORIDADES DE INTERVENÇÃO**
- 1ª - Reforçar a segurança urbana (43%)
 - 1ª - Monitorizar a opinião dos residentes e combater a ideia de *overtourism* (43%)
 - 3ª - Melhorar os espaços públicos (25%)
 - 3ª - Reforçar a promoção internacional (25%)
 - 3ª - Reforçar a limpeza urbana (25%)

Ficha Síntese | Freguesia: Campanhã

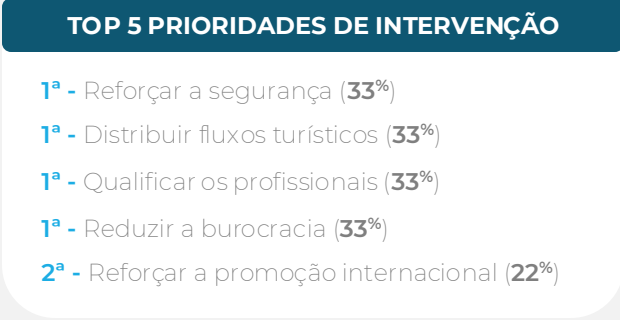
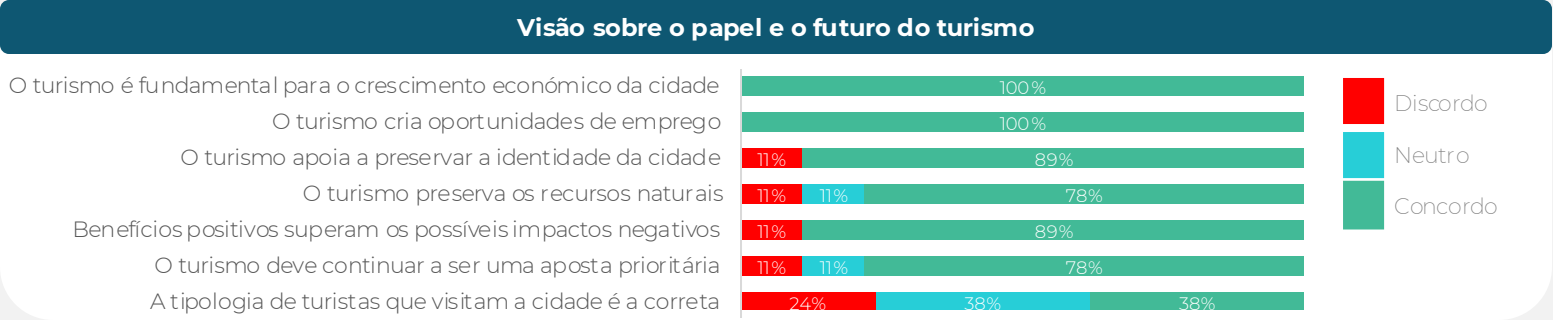
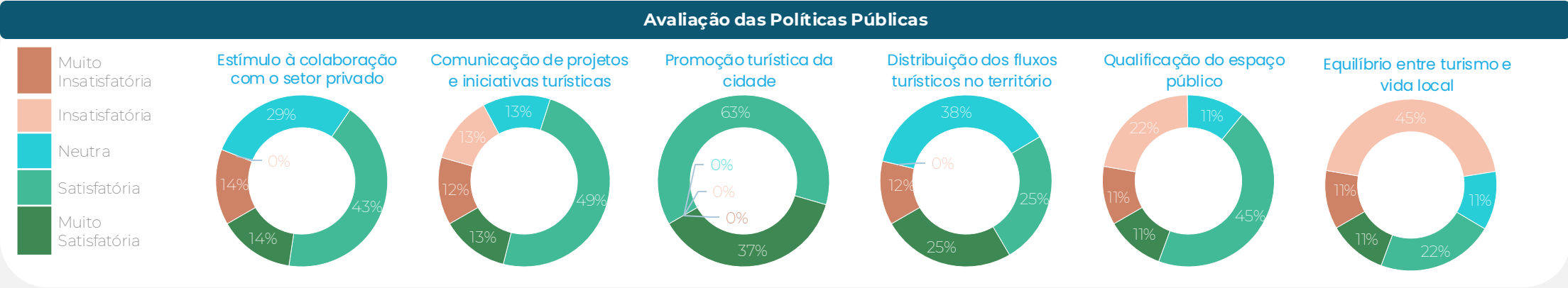
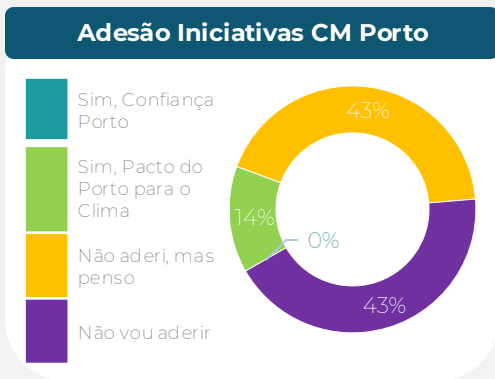
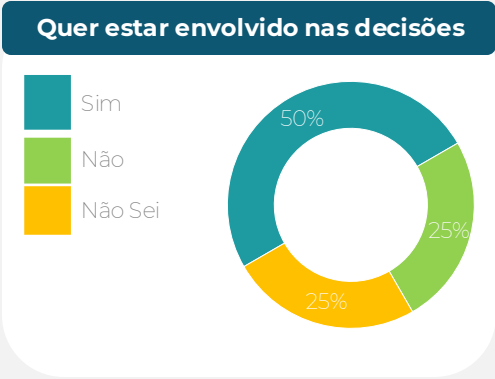
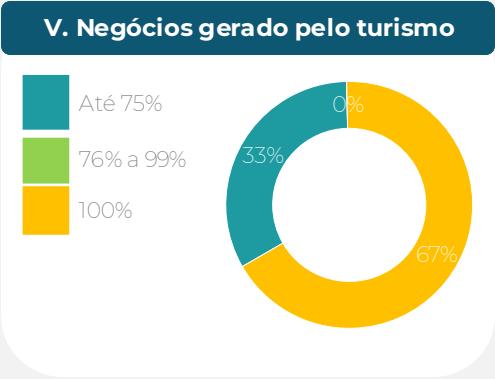
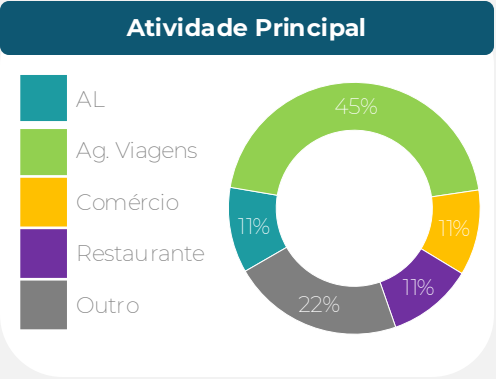


Ficha Síntese | Freguesia: Paranhos



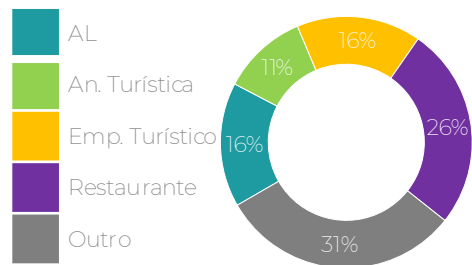
- TOP 5 PRIORIDADES DE INTERVENÇÃO**
- 1ª - Reforçar a segurança urbana (80%)
 - 2ª - Distribuir fluxos turísticos (50%)
 - 3ª - Aumentar fiscalização dos negócios (40%)
 - 4ª - Reforçar a limpeza urbana (30%)
 - 4ª - Monitorizar a opinião dos residentes e combater a ideia de overtourism (30%)

Ficha Síntese | Freguesia: Ramalde

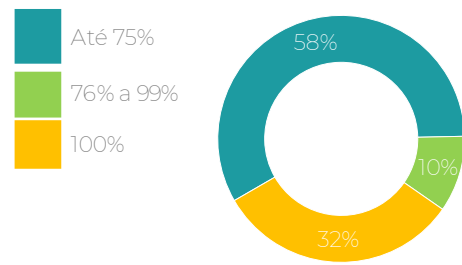


Ficha Síntese | União de Freguesias de Aldoar, Foz do Douro e Nevogilde

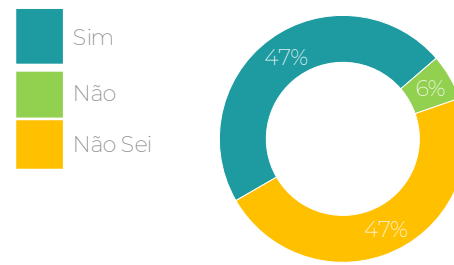
Atividade Principal



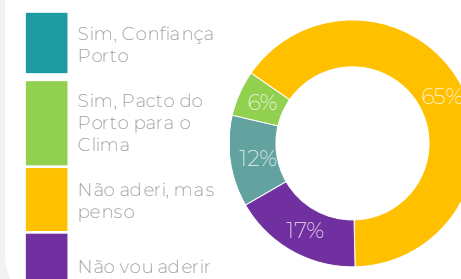
V. Negócios gerado pelo turismo



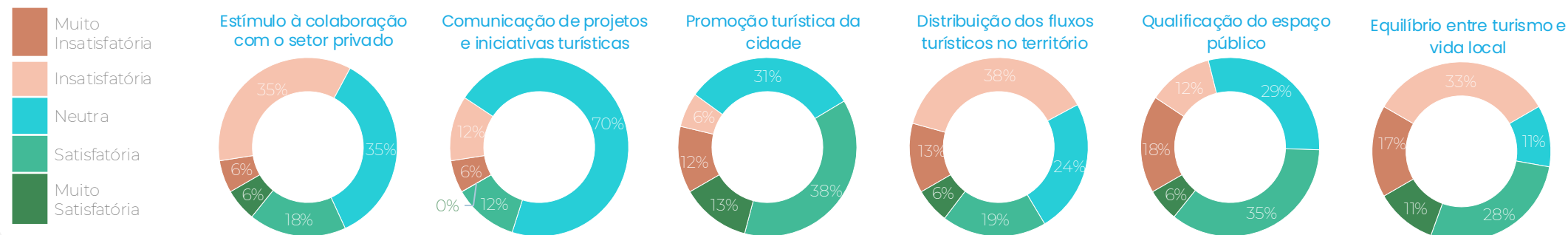
Quer estar envolvido nas decisões



Adesão Iniciativas CM Porto



Avaliação das Políticas Públicas



Visão sobre o papel e o futuro do turismo

O turismo é fundamental para o crescimento económico da cidade

O turismo cria oportunidades de emprego

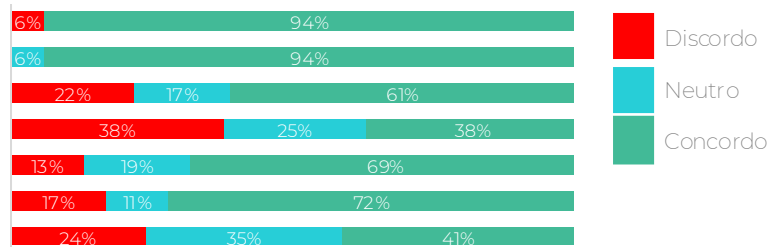
O turismo apoia a preservar a identidade da cidade

O turismo preserva os recursos naturais

Benefícios positivos superam os possíveis impactos negativos

O turismo deve continuar a ser uma aposta prioritária

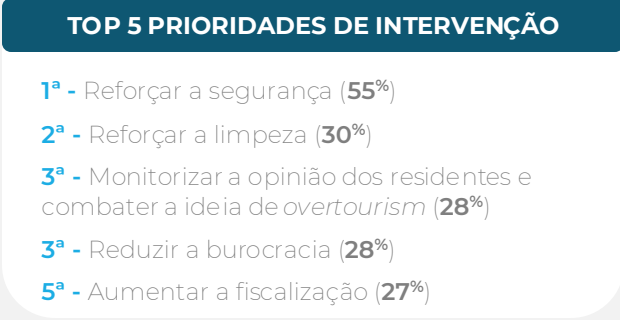
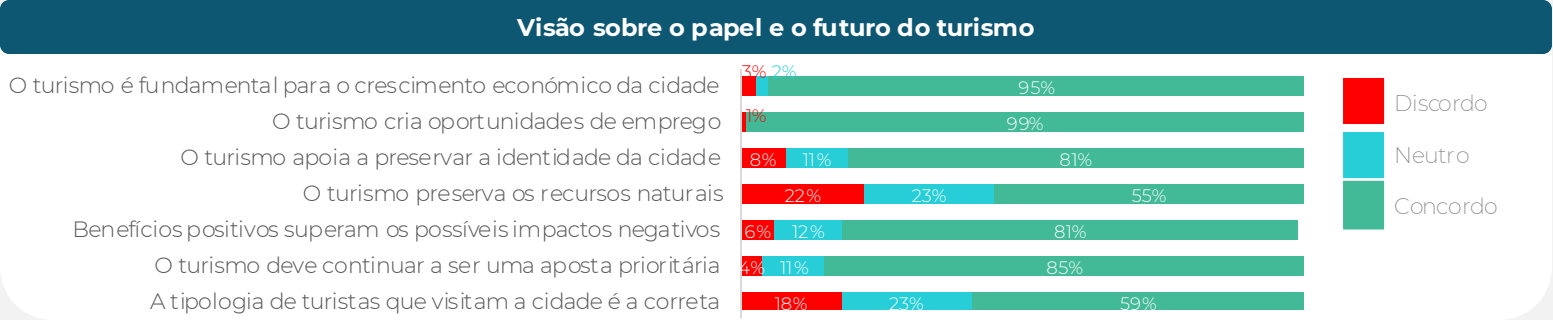
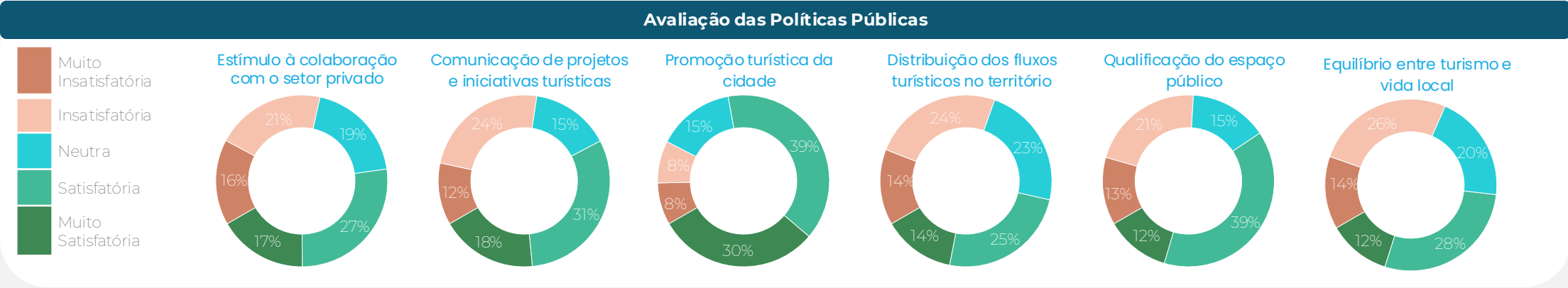
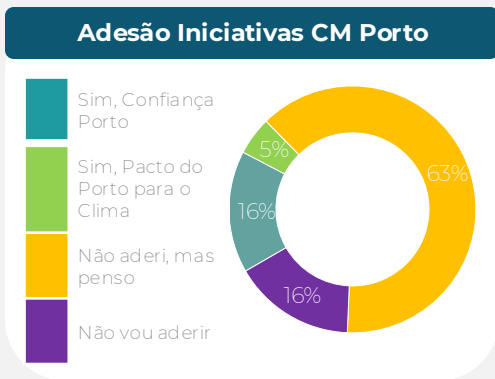
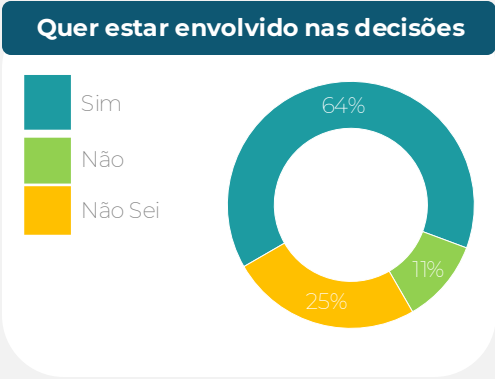
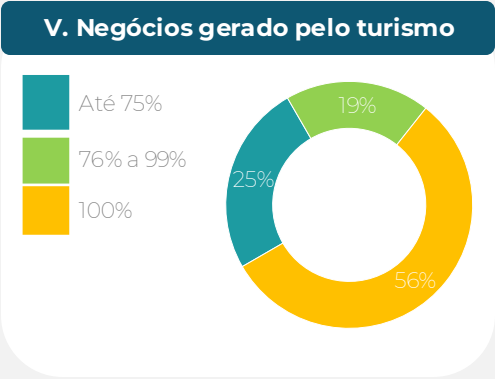
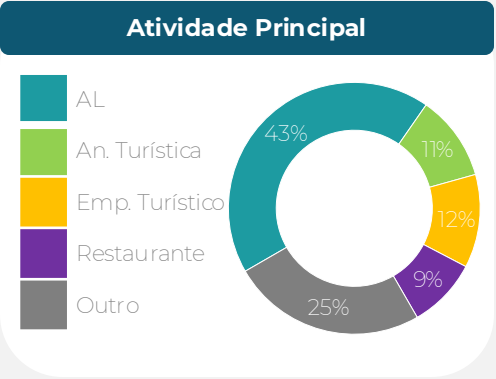
A tipologia de turistas que visitam a cidade é a correta



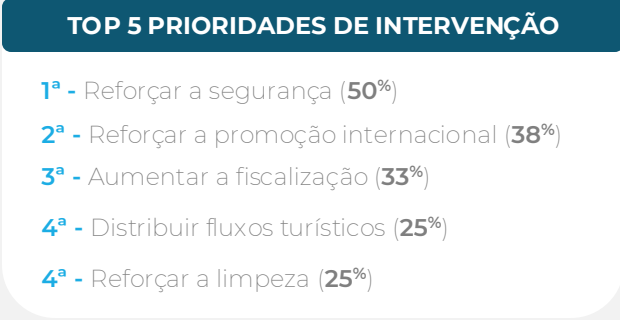
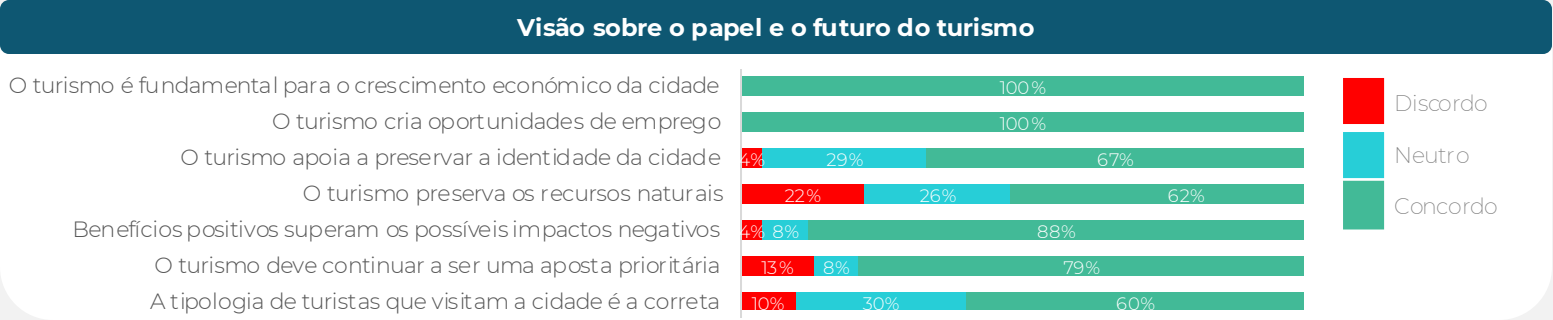
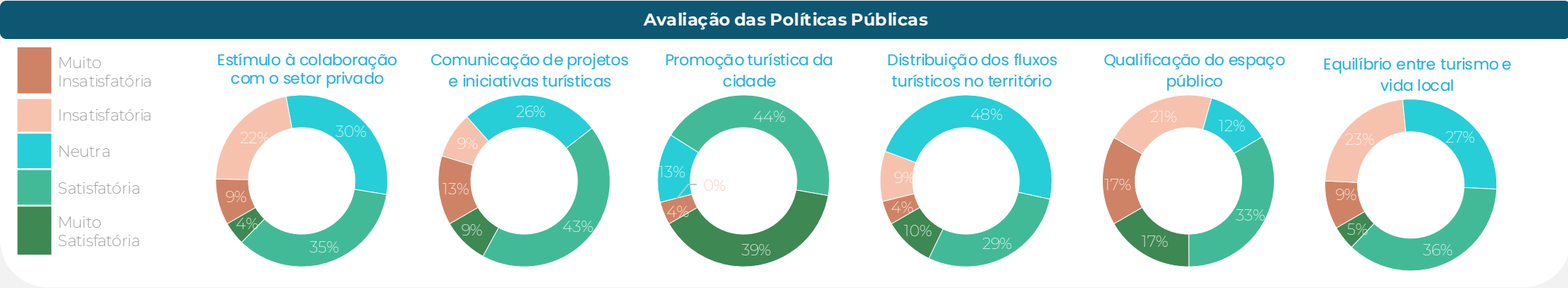
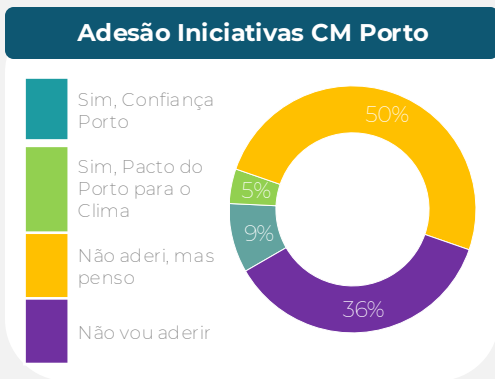
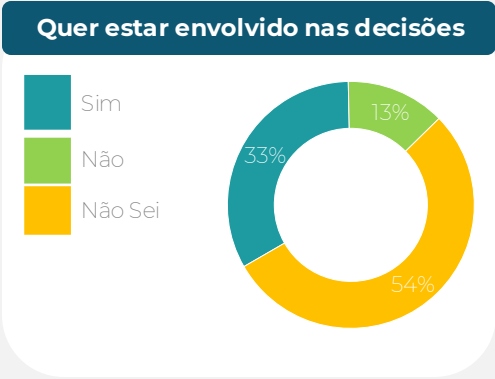
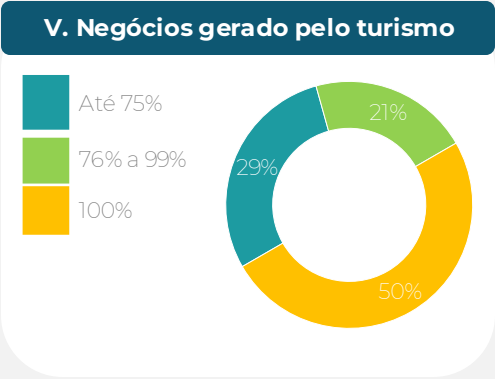
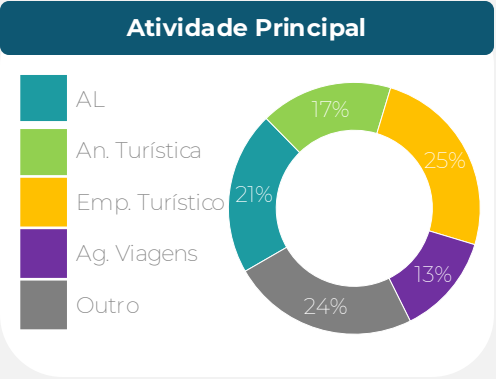
TOP 5 PRIORIDADES DE INTERVENÇÃO

- 1ª - Reforçar a segurança (47%)
- 1ª - Distribuir fluxos turísticos (47%)
- 2ª - Monitorizar a opinião dos residentes e combater a ideia de *overtourism* (37%)
- 3ª - Aumentar a fiscalização (32%)
- 4ª - Reduzir a burocracia (26%)

Ficha Síntese | União de Freguesias de Cedofeita, Santo Ildefonso, Sé, Miragaia, São Nicolau e Vitória



Ficha Síntese | União de Freguesias Lordelo do Ouro e Massarelos



Conclusões

A análise segmentada por freguesia revela diferenciações territoriais significativas na forma como os agentes económicos percecionam a atuação da Câmara Municipal, o papel do turismo na cidade e as prioridades de intervenção futura.

1. A avaliação das políticas públicas revela perceções muito diferenciadas entre freguesias

A União de Freguesias de Cedofeita, Santo Ildefonso, Sé, Miragaia, São Nicolau e Vitória apresenta a avaliação mais crítica em quase todas as dimensões, com níveis de insatisfação superiores a 35% na colaboração com o setor, comunicação de projetos, distribuição de fluxos e equilíbrio turismo–vida local.

Também em Paranhos se observa um nível elevado de insatisfação, nomeadamente com a colaboração com o setor, a comunicação e com o equilíbrio entre turismo e vida local. Por contraste, Ramalde e Campanhã apresentam avaliações mais favoráveis e neutras, com maior percentagem de satisfação e valores residuais de insatisfação. Bonfim e Lordelo do Ouro e Massarelos situam-se num nível intermédio, com potenciais tensões em áreas específicas, como equilíbrio urbano e distribuição de fluxos.

Conclusões

2. A visão sobre o papel do turismo é amplamente positiva, mas não isenta de reservas

Apesar das diferenças nas experiências territoriais, há um consenso transversal em torno da importância estratégica do turismo para a cidade:

- Em todas as freguesias, acima de 90% dos inquiridos concordam que o turismo gera crescimento económico e emprego.
- A valorização do contributo para a preservação da identidade local e a continuidade da aposta no setor é igualmente elevada.

Contudo, duas áreas reúnem maior diversidade de respostas e posições mais críticas:

A afirmação “O turismo preserva os recursos naturais” recolhe valores de discordância entre 22% e 44% em freguesias como Lordelo/Massarelos, Cedofeita–Sé–Vitória e Ramalde. A adequação da tipologia de turistas é também vista com reservas nessas freguesias.

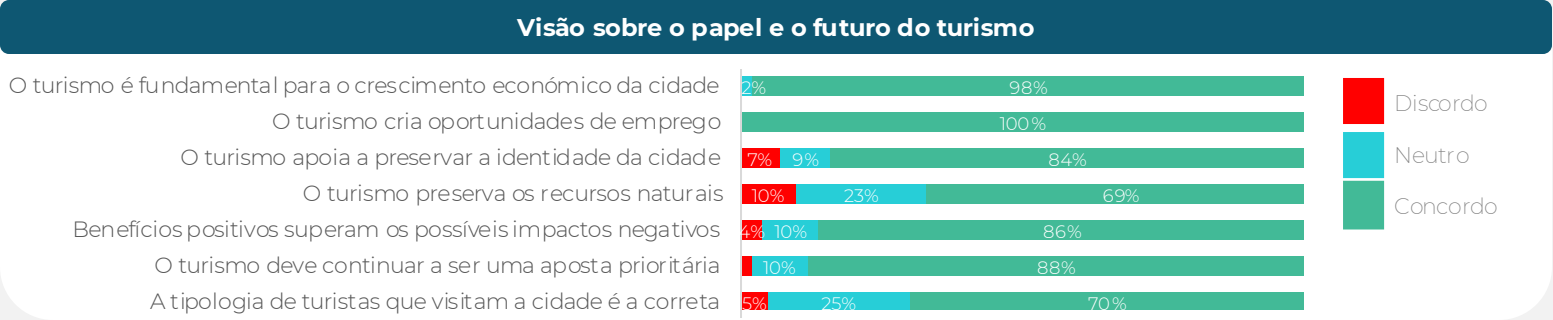
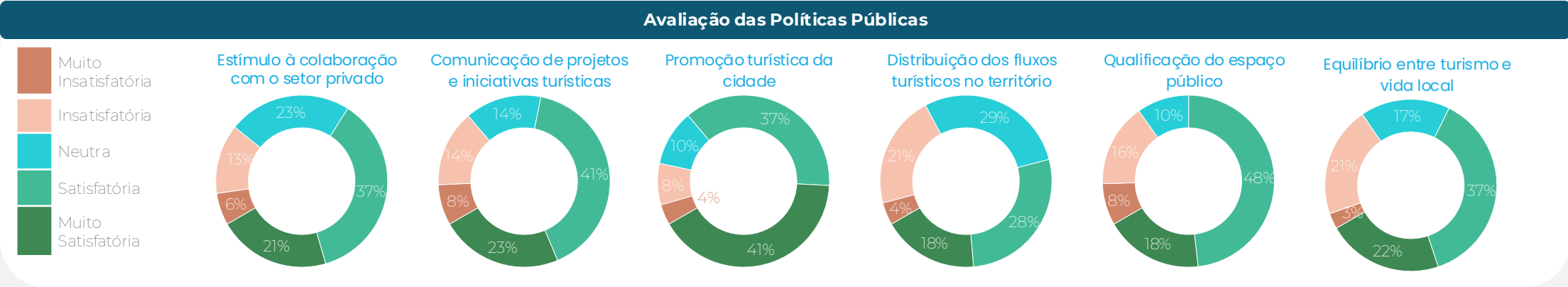
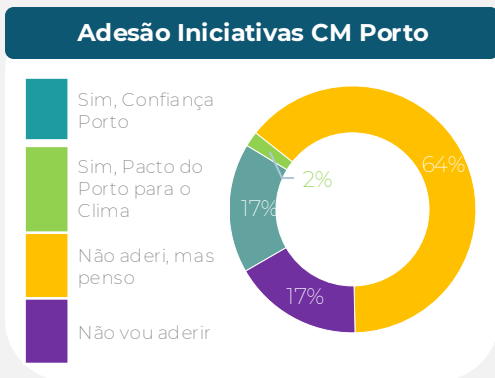
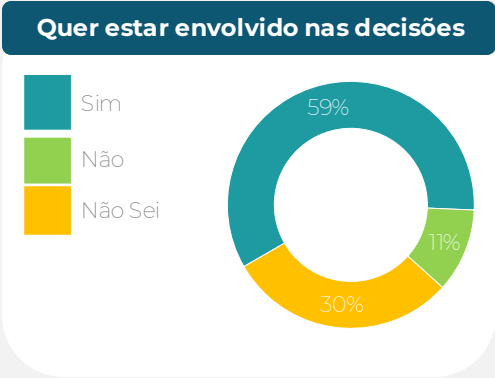
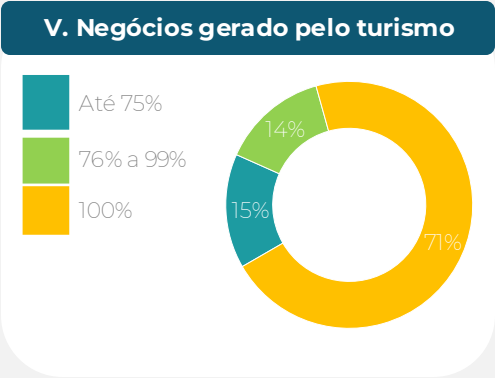
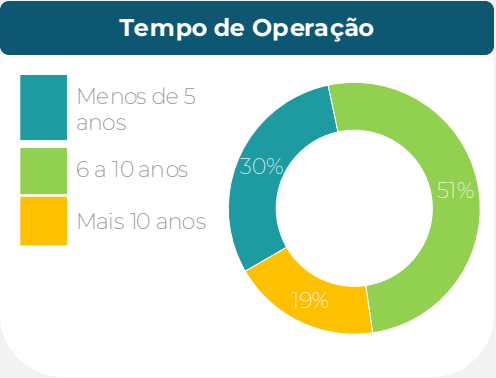
3. As prioridades de intervenção são claras e relativamente consistentes entre freguesias

Há um bloco de quatro prioridades que se repete em praticamente todas as freguesias analisadas:

- Reforçar a segurança urbana – é a mais escolhida em 6 das 7 freguesias;
- Distribuir os fluxos turísticos pela cidade e região – surge entre as três opções mais selecionadas em 4 freguesias.
- Aumentar a fiscalização dos negócios turísticos – presente no top 5 em 5 freguesias.
- Reforçar a limpeza urbana – presente no top 5 em 5 freguesias.

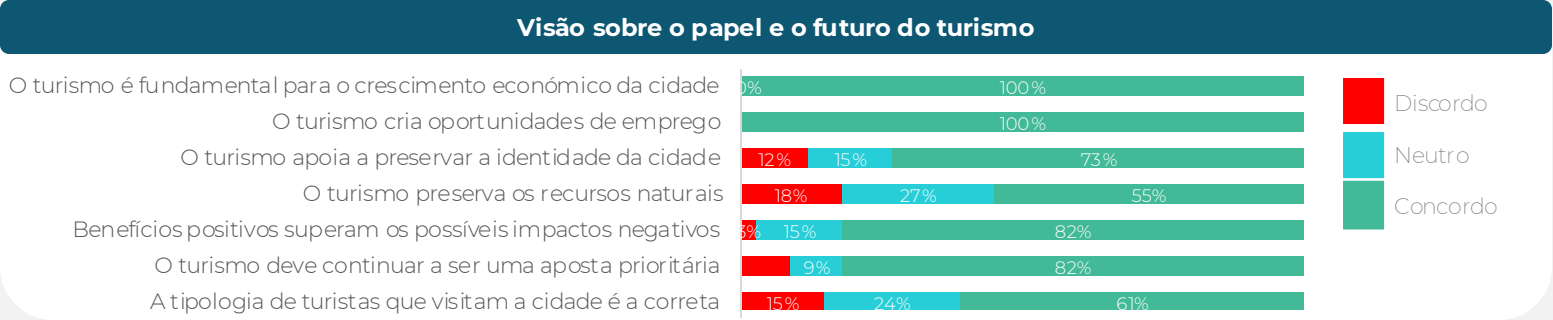
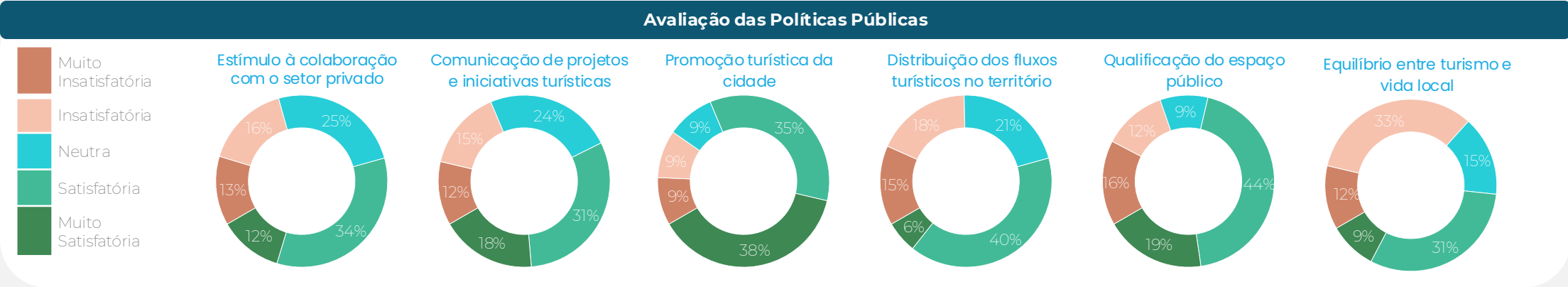
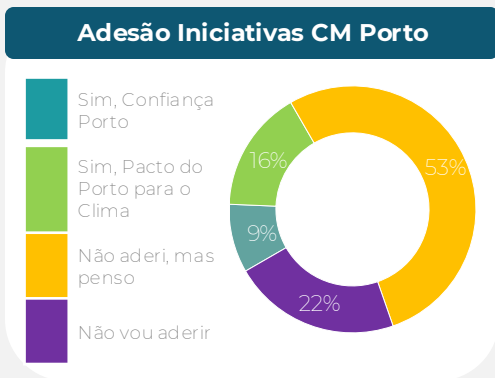
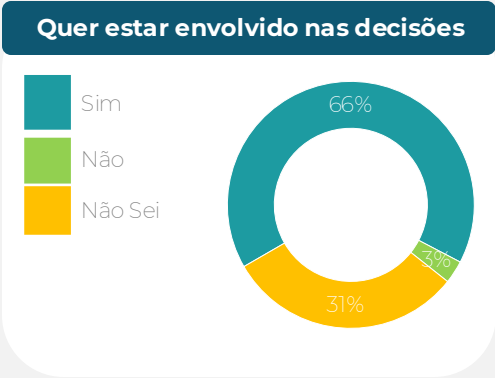
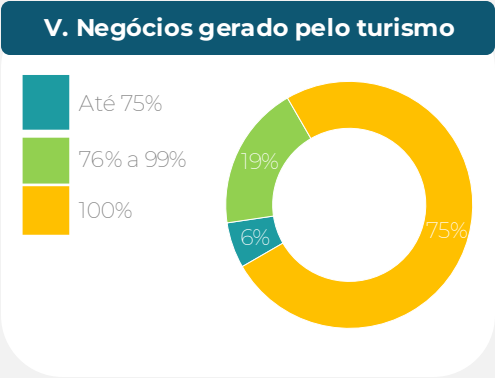
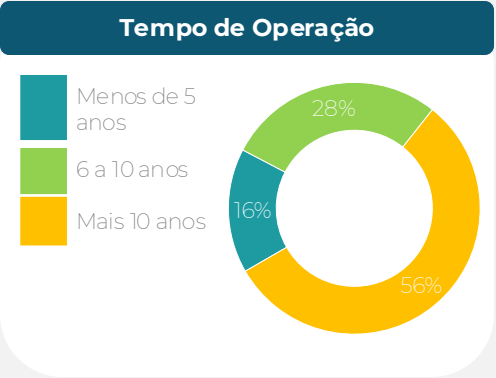
2.2.2. Leitura por setor de atividade

Ficha Síntese | Atividade: Alojamento Local



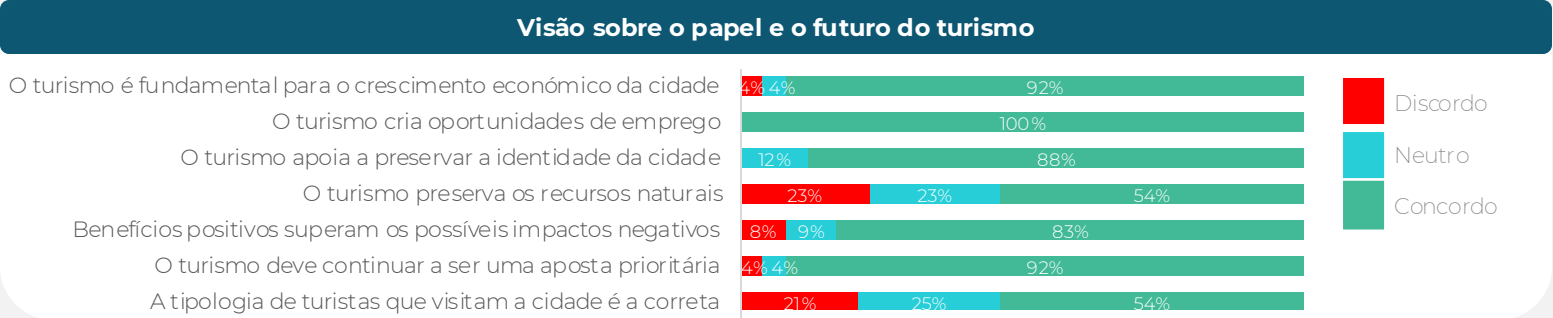
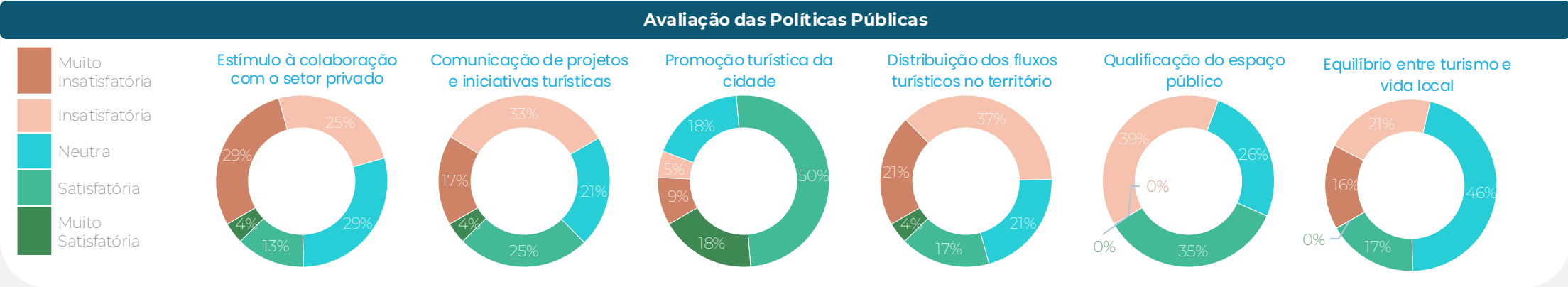
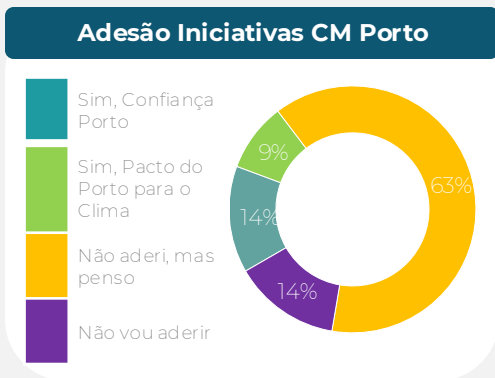
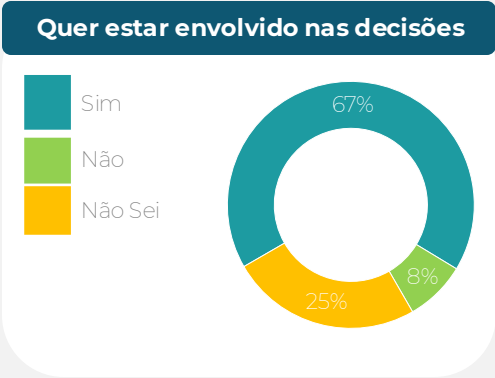
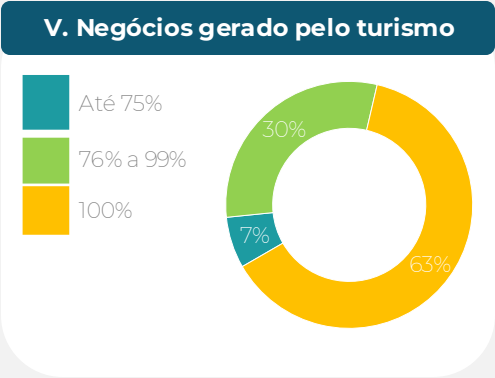
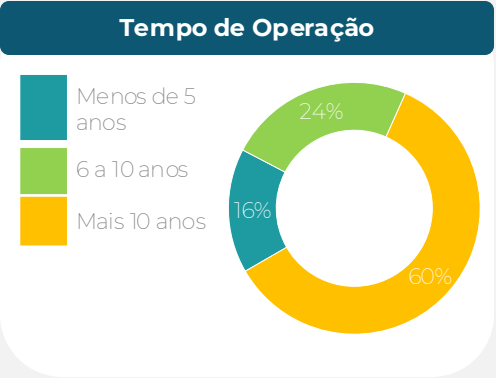
- TOP 5 PRIORIDADES DE INTERVENÇÃO**
- 1ª - Reforçar a segurança urbana (63%)
 - 1ª - Monitorizar a opinião dos residentes e combater a ideia de overtourism (41%)
 - 3ª - Reforçar a limpeza urbana (32%)
 - 4ª - Melhorar os espaços públicos (27%)
 - 5ª - Reduzir a burocracia (24%)

Ficha Síntese | Atividade: Empreendimentos Turísticos



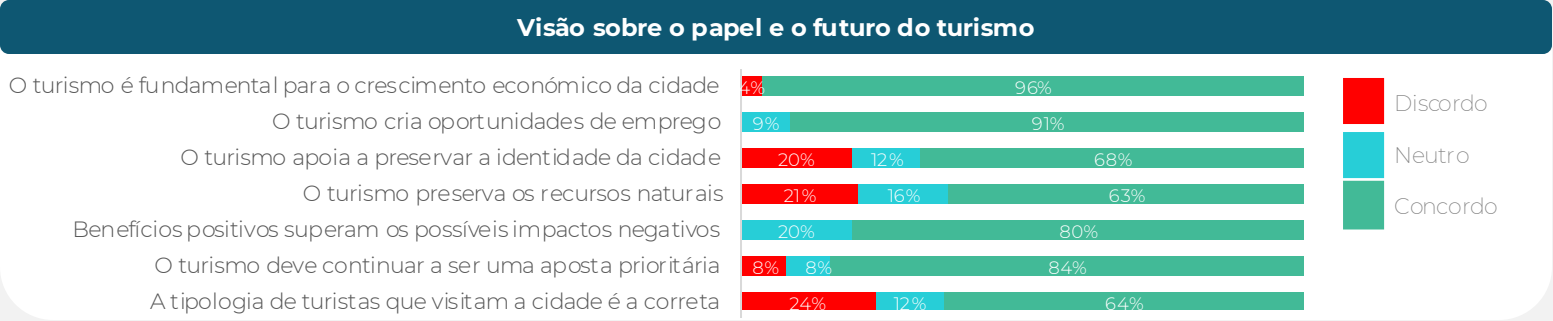
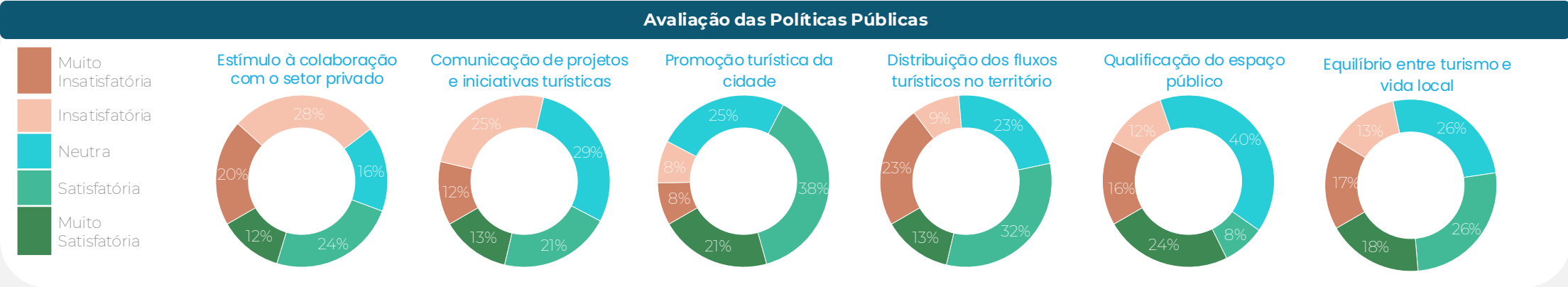
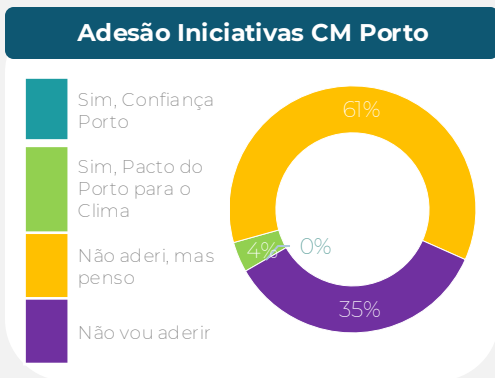
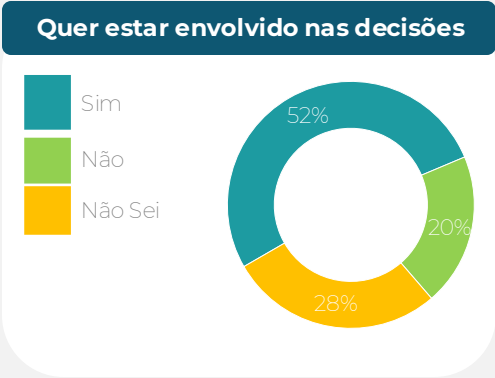
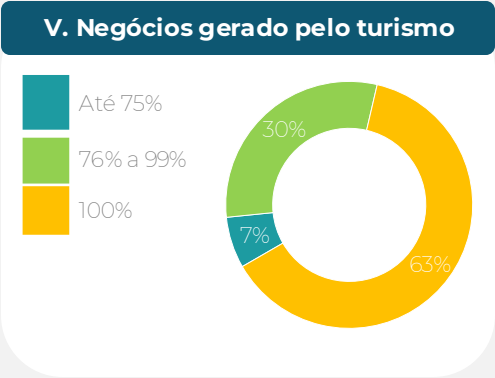
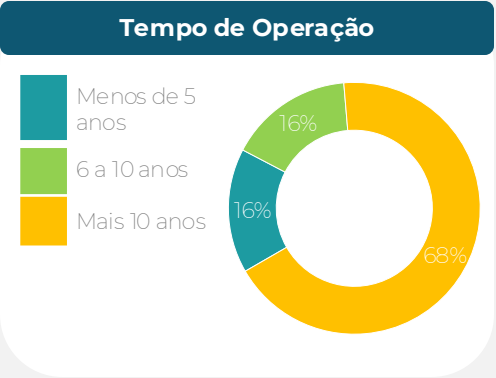
- TOP 5 PRIORIDADES DE INTERVENÇÃO**
- 1ª - Reforçar a segurança urbana (54%)
 - 2ª - Reforçar a promoção internacional (33%)
 - 2ª - Reduzir a burocracia (33%)
 - 3ª - Diversificar em novos mercados (27%)
 - 4ª - Aumentar a fiscalização (24%)

Ficha Síntese | Atividade: Animação Turística



- TOP 5 PRIORIDADES DE INTERVENÇÃO**
- 1ª - Reforçar a segurança urbana (36%)
 - 1ª - Reduzir a burocracia (36%)
 - 1ª - Monitorizar a opinião dos residentes e combater a ideia de *overtourism* (36%)
 - 2ª - Distribuir os fluxos turísticos (32%)
 - 2ª - Reforçar a promoção internacional (32%)

Ficha Síntese | Atividade: Restauração



- TOP 5 PRIORIDADES DE INTERVENÇÃO**
- 1ª - Reforçar a segurança urbana (48%)
 - 2ª - Reforçar a promoção internacional (36%)
 - 3ª - Distribuir os fluxos turísticos (28%)
 - 3ª - Reforçar a limpeza urbana (28%)
 - 5ª - Reforçar a promoção internacional (24%)

Conclusões

A análise segmentada por freguesia revela diferenciações territoriais significativas na forma como os agentes económicos percecionam as políticas públicas, o papel do turismo na cidade e as prioridades de intervenção futura.

1. A avaliação das políticas públicas

- A Empreendimentos Turísticos são os que avaliam mais positivamente as políticas públicas, sobretudo nas áreas da **promoção turística** e da **qualificação do espaço público**.
- Alojamento Local apresenta avaliações equilibradas, mas **críticas à gestão dos fluxos turísticos**.
- Animação Turística é o setor mais crítico, com insatisfação elevada na **colaboração institucional e comunicação**.
- Restauração mantém-se num patamar intermédio, com **avaliações repartidas entre neutras e críticas**, sem extremos.

2. Papel do turismo

Todos os setores demonstram **forte concordância** com o papel positivo do turismo na economia local:

- Quase a totalidade dos inquiridos reconhecem que o turismo **gera crescimento económico e oportunidades de emprego**.
- Também a **valorização da identidade da cidade** e a **aposta contínua no turismo como prioridade** recolhem elevados níveis de concordância.

As divergências surgem em duas dimensões:

- A **tipologia dos turistas**: criticada sobretudo por operadores da Restauração e Animação Turística, que revelam preocupação com comportamentos inadequados e **desvalorização da experiência local**.
- Estes dados confirmam que, embora exista **alinhamento quanto à importância do setor**, a **convivência urbana** e os **impactos ambientais** continuam a **gerar reservas**, sobretudo em setores mais expostos ao contacto direto com os visitantes.

Conclusões

3. Prioridades de Intervenção

Algumas prioridades são **claramente transversais** a todos os setores:

- Reforçar a segurança urbana surge no topo das escolhas em todos os setores (com destaque para o AL – 63%).
- Distribuir os fluxos turísticos é prioridade em três dos quatro setores analisados.
- Reduzir a burocracia e melhorar a limpeza urbana estão presentes em pelo menos dois setores, indicando preocupações operacionais partilhadas.

Para além disso, cada setor apresenta **focos específicos**:

- Alojamento Local: monitorização dos residentes e qualificação do espaço público
- Animação Turística: promoção internacional, descentralização e governança
- Restauração: visibilidade, regulação e equilíbrio urbano
- Empreendimentos Turísticos: colaboração institucional, simplificação de processos e reforço da promoção externa

Estas escolhas revelam que, apesar dos consensos em torno da gestão urbana e da segurança, **cada setor olha para o futuro do turismo com expetativas específicas em função da sua realidade operacional.**

3. Conclusões, recomendações e limitações do Estudo

Conclusões

O cruzamento entre os dados quantitativos do inquérito e os contributos qualitativos recolhidos nas entrevistas revela uma **visão globalmente positiva** sobre o turismo na cidade do Porto, mas marcada por **tensões operacionais e territoriais** que exigem atenção estratégica por parte da Câmara Municipal.

1. O turismo é amplamente reconhecido como motor económico e social

Há consenso entre os agentes económicos sobre o contributo do turismo para o crescimento da cidade, a criação de emprego e a valorização simbólica e económica do Porto.

2. O setor demonstra elevada disponibilidade para participar, mas carece de canais de envolvimento

Mais de metade dos inquiridos quer estar mais envolvido nas decisões sobre o turismo, e esta vontade foi reiterada nas entrevistas. Falta, contudo, uma estrutura clara e contínua de participação e escuta ativa.

3. A atuação da CM Porto é bem avaliada em áreas estratégicas, mas enfrenta desafios operacionais

Promoção turística e qualificação urbana são bem reconhecidas, mas há menor satisfação com a comunicação institucional, a colaboração com o setor e a distribuição dos fluxos turísticos, sobretudo nas freguesias centrais e em setores mais expostos.

Conclusões

4. A relação com o território requer estratégias de proximidade

A análise por freguesia revela que as perceções variam muito em função da localização. Freguesias centrais estão mais críticas e exigentes; zonas periféricas sentem menor impacto e demonstram maior neutralidade ou aprovação.

5. As prioridades estratégicas são consistentes e convergem em torno da gestão urbana

Segurança, limpeza, desconcentração, fiscalização e espaço público são apontados como prioridades em quase todos os setores e freguesias — confirmando a centralidade da gestão do espaço urbano na experiência turística.

6. Há reservas quanto ao perfil dos turistas e à preservação dos recursos naturais

Embora a visão estratégica sobre o turismo seja positiva, existe desconfiança em relação à tipologia de visitantes e à preservação dos recursos naturais, sobretudo em zonas de maior concentração de turistas.

7. O grau de integração em projetos municipais varia por setor

Empreendimentos turísticos e operadores de alojamento local sentem-se mais integrados e aderem mais facilmente a iniciativas da autarquia. Já setores como restauração e animação turística mostram distanciamento e baixa adesão, exigindo abordagens diferenciadas.

Recomendações

Com base nos resultados e conclusões, apresentam-se as seguintes orientações para a atuação futura da Câmara Municipal do Porto no domínio do turismo:

- Criar canais formais de diálogo com o setor, como conselhos consultivos, fóruns regulares ou plataformas digitais para recolha de contributos, com devolução pública dos resultados.
- Reforçar a fiscalização e o acompanhamento próximo da atividade económica turística, combatendo práticas ilegais e promovendo concorrência leal.
- Desenvolver medidas visíveis de gestão dos fluxos turísticos, com impacto na mobilidade, informação ao visitante e ordenamento do espaço público.
- Promover uma narrativa pública equilibrada sobre o turismo, que valorize os seus benefícios e demonstre compromisso com o equilíbrio urbano.
- Potenciar a descentralização turística, criando produto, acessos, sinalética e conteúdos interpretativos em zonas menos visitadas.
- Comunicar de forma mais clara e segmentada as iniciativas municipais, tornando-as mais acessíveis e relevantes para os diferentes perfis de agentes económicos.
- Fortalecer a articulação entre turismo, habitação, cultura, mobilidade e sustentabilidade, garantindo coerência estratégica e visão de longo prazo

Limitações do estudo

Embora o estudo tenha alcançado uma amostra expressiva e diversificada, há limitações que importa reconhecer:

- Subjetividade nas entrevistas

As respostas representam a visão de cada entidade auscultada, mas também o enquadramento, perfil e experiência pessoal de quem representa essa entidade — o que pode introduzir assimetrias na profundidade ou ênfase das respostas.

- Alcance do inquérito online

Apesar de ter sido amplamente divulgado por email, através de diversas entidades parceiras, o inquérito **depende da abertura e resposta voluntária**, estando sujeito a filtros automáticos, desvalorização da comunicação ou falta de tempo dos destinatários.

- Representatividade por setor e freguesia

Alguns setores (como alojamento local) e freguesias centrais registaram maior participação, o que pode influenciar o peso de determinadas visões. Embora a análise segmentada permita compensar este efeito, deve reconhecer-se essa assimetria na composição da amostra.

- Limitações na extrapolação para todo o tecido económico

O estudo permite identificar tendências e posicionamentos com elevado grau de confiança, mas **não substitui uma auscultação contínua e cíclica**, especialmente num setor em constante transformação.

