



Porto

A cidade já está a ganhar com o turismo *low-cost*. E não tem medo disso

Com a entrada em força das companhias de aviação de baixo custo no Aeroporto Sá Carneiro, a indústria hoteleira voltou a mexer, com a abertura de novas unidades e vários projectos na forja. *Low-cost* é apenas uma maneira barata de viajar, asseguram vários agentes do sector, que vêm vantagens para todos os segmentos. *Abel Coentrão*

● Ficam, para já, poucos dias, não gastam ainda muito dinheiro, mas vêm aos magotes. A abertura de sucessivas rotas de aviação no Aeroporto Sá Carneiro encheu, já se sabia, a cidade e a região de turistas, que pontuam as ruas do Porto mesmo em dias estranhamente adversos, como os da semana que passou. Passados pouco mais de quatro anos desde a abertura do novo terminal de passageiros, o crescimento de tráfego de passageiros no Aeroporto Francisco Sá Carneiro, conseguido muito à custa da aviação *low-cost*, teve esse condão de impulsionar a indústria hoteleira, que, no Porto, se entrecruza com a reabilitação urbana da Baixa da cidade.

Há dois dados paralelos que ajudam a perceber o impacto na cidade do “novo aeroporto”, que pelo terceiro ano consecutivo se manteve no *top* três entre 440 aeroportos com movimentos inferiores a cinco milhões de passageiros, avaliados pelo Airports Council International. No momento em que a gare do Sá Carneiro era inaugurada, existia no Porto um *hostel*, lembrou ao *Cidades* o promotor do segundo a abrir na cidade, o Oporto Poets Hostel. Hoje, que as companhias *low-cost* suplantam já o número de passageiros transportados pelas chamadas regulares, e que a Ryanair se aproxima da liderança ainda mantida pela TAP, haverá uns 12 *hostels*, estima Ricardo Castro, que, com este *boom* de equipamentos do género, viu as taxas de ocupação das duas instalações que gere na Travessa do Ferraz e na Rua dos Caldeireiros

estabilizar, em vez de crescer.

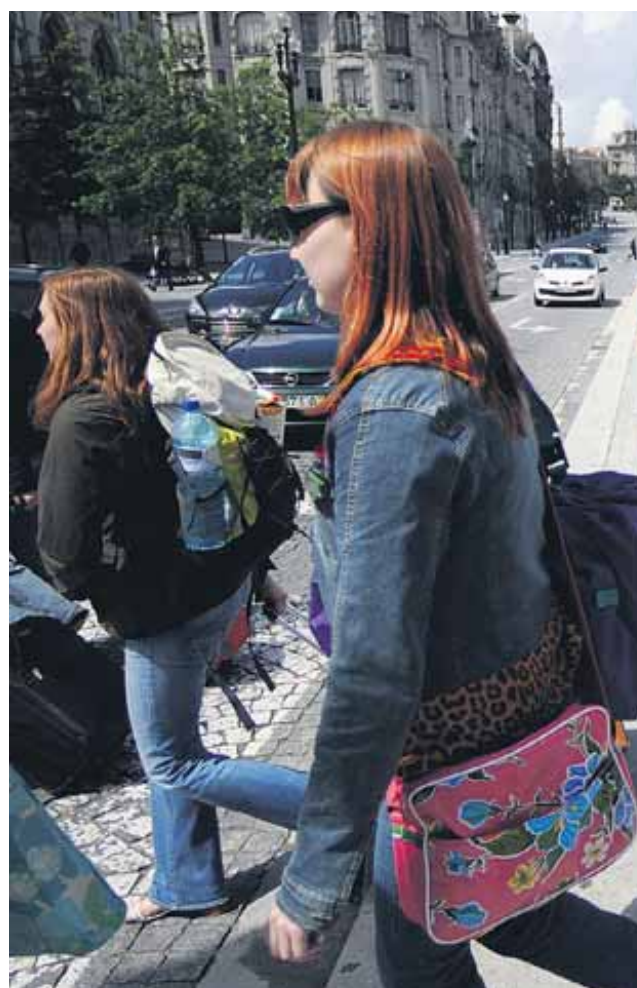
Rui Baptista foi o primeiro a perceber a vantagens de servir os *backpackers*, ou “mochileiros”, numa tradução livre. Antecipou-se cinco meses à abertura da primeira ligação Porto-Londres da Ryanair e, se desde então não viu o Andarilho Oporto Hostel a abarrotar, aguentou o embate da concorrência e consegue associar a chegada de hóspedes de determinados destinos às promoções em curso nas companhias de aviação. O espaço na Rua da Firmeza até começou por ser muito frequentado por norte-americanos - quando o dólar era forte, mas agora tem um público diverso, confirmando os dados de um estudo sobre o perfil do turista que visita a região feito em 2009 pelo Instituto de Planeamento e Desenvolvimento do Turismo em parceria com outras entidades, a partir de inquéritos no aeroporto.

As expectativas de que o incremento de rotas no Sá Carneiro - e já são 55 os voos directos - possa fazer crescer ainda mais o movimento de turistas estão a fazer mexer a cidade. O velho centro comercial Invictus, na Rua da Alegria, será a partir de Abril o segundo Ibis do Porto, e o primeiro da Baixa, com 77 quartos. Em Maio, na Rua de Sá da Bandeira, abre o Hotel Teatro, homenageando no nome e na decoração o antigo Teatro Baquet, com 74 quartos a pensar no segmento médio alto. Em Setembro, abrem os 110 quartos de luxo do Intercontinental que está a nascer no Palácio das Cardosas, na Praça da Liberdade. Na Batalha, em 2012, o velho Águia Douro renascerá como Hotel B&B, oferecendo 125

quartos *low-cost*. E “estamos em crise”, nota o presidente da Sociedade de Reabilitação Urbana, Arlindo Cunha, por cujas mãos passam outras intenções de investimento, provavelmente à espera de melhores dias.

Todo este movimento tem vindo a acontecer também numa fase de reorganização institucional em que a cidade e a região não tinham sequer uma estratégia de promoção internacional digna desse nome, dizem os responsáveis pelo turismo regional, Melchior Moreira, e pela Aphort - Associação Portuguesa de Hotelaria Restauração e Turismo, Rodrigo Pinto Barros. Este último defende que, tendo em conta a necessidade de fazer aumentar a estada média na região - que ronda actualmente os três dias -, o Porto, que considera estar próximo de ficar bem servido no segmento cinco estrelas, vai ainda precisar de incrementar a oferta, nomeadamente, frisa, nos hotéis de três e quatro estrelas, dando resposta ao viajante de classe média europeia e à concretização de projectos como o Centro de Congressos previsto para o Pavilhão Rosa Mota. Melchior Moreira promete trabalhar os mercados emissores identificados no estudo de 2009, numa lista em que a Inglaterra perdeu a primazia para a França, Alemanha e até Bélgica - esta por “culpa” da presença da *low-cost* Brussels airlines no Sá Carneiro.

De resto, no discurso de ambos perpassa a ideia de que a ambuição de serviços (entre voos e hotéis) de baixo custo não deprecia a imagem da cidade lá fora. “*Low-cost* é uma maneira de cá chegar. Há quem viaje



Promoção externa

“É preciso aproveitar o sucesso do FCP”

Era um dos dados curiosos do estudo sobre o perfil do turista no Aeroporto Sá Carneiro. Para além da cultura, os eventos desportivos estavam entre os causadores de maior insatisfação por parte dos turistas. O dado, que surgiu no inquérito por este ter coincido com datas próximas de jogos europeus, mostra o impacto da presença constante do FC Porto nas competições da UEFA. Melchior Moreira não vai pedir ao FCP para que passe a perder os jogos, de modo a deixar os turistas futeboleros mais contentes à saída do país, mas pretende aproveitar ao máximo a internacionalização e o prestígio do clube para promover o Porto e a região lá fora, nas cidades onde o clube joga. “Temos de tirar rentabilidade destes êxitos”, argumenta.

assim porque prefere gastar mais num alojamento de outro segmento ou porque fica cá mais dias”, nota Melchior Moreira. Catarina Machado Vaz, directora do Star Inn, lembra a propósito o casal de clientes espanhóis que se instalou neste hotel *low-cost*, o primeiro do país, com um programa bem definido e nada barato: fazer compras nas melhores lojas *gourmet* do Porto.

Este exemplo empurra-nos para outro dos aspectos focados

pelos vários agentes contactados pelo *Cidades*. O destino Porto, e o alojamento não foge à regra, vende-se cada vez mais como uma “experiência”. Não é por acaso que há dois anos, em declarações ao PÚBLICO, quando adquiriu o Infante de Sagres, José Miguel Júdice falou da sua reabilitação como um trabalho de transformação de um hotel de cinco estrelas “velho”, num hotel “antigo”, num *upgrade* estético e semântico. E não é por acaso também que, noutra segmento, *hostels* como o Andarilho, o Poets ou o mais recente Rivoli Cinema Hostel, ou o Star Inn Low-Cost Design Hotel assumem claramente um carácter diferenciador, patente na concepção dos espaços e no discurso dos seus responsáveis: jovens, dinâmicos, que sabem que na era da Internet - e metade dos turistas que chegam ao Sá Carneiro prepara a viagem na Internet - é preciso fazer-se notar no meio de tanta oferta.

Foi esse o espírito que presidiu à transformação do cinzentismo da antiga sede da Soares da Costa, junto à Circunvalação, num colorido hotel *low-cost* recheado de *design*, o Star Inn, onde o preço barato é ofuscado pela contemporaneidade do *decor*. Aberto no auge da crise económica, a directora, Catarina Machado Vaz, faz ainda assim um balanço positivo do primeiro ano de actividade desta unidade só aparentemente afastada do centro da cidade. Para além das ligações em autocarro, há na estratégia delineada pela jovem gestora um esforço de aproximação dos clientes ao pulso do Porto, que tem o seu Soho à volta de Miguel Bombarda, assinala. Um exemplo deste espírito



Três dias é o período médio de permanência dos turistas na região do Porto

wé a colaboração com a escola Onda Pura para a criação de um pacote turístico que associará ao alojamento aulas de surf nas praias de Matosinhos.

Catarina Machado Vaz quer manter o Star Inn na crista da onda. Joana Gaio, que, aos 29 anos, é uma das responsáveis pelo Rivoli Cinema Hostel, na Rua do Dr. Magalhães Lemos, a poucos metros dos Aliados e do Rivoli, também persegue esse objectivo. “Fazemos um *check-in* muito personalizado. Levamos os clientes a concertos e às inaugurações de exposições. A nossa relação com o hóspede é muito forte. Tratámo-lo como um amigo de um amigo”, sintetiza, num discurso que ajuda a explicar a posição de topo que a hospitalidade/simpatia ocupa entre as características elogiadas por quem deixa a cidade pela gare de partidas do aeroporto.

Se a impressão hoje é positiva, Joana Gaio e Rui Baptista avisam para os prejuízos que podem decorrer para a imagem geral deste tipo de alojamento na cidade da abertura de novos *hostels* sem qualidade, a praticar preços demasiado baixos. A legislação “é muito permissiva, qualquer um abre um *hostel* numa casa qualquer, mesmo sem condições, queixa-se o responsável pelo Andarilho Oporto Hostel. Criticando a apropriação do mercado dos quartos duplos por alguns concorrentes, Baptista defende que esse segmento poderia ser bem servido se houvesse um esforço de reabilitação das velhas pensões da Baixa, deixando para os *hostels* os turistas mais à vontade com o convívio que a partilha de

quarto e de serviços acaba por gerar.

A defesa da qualidade do serviço a prestar está entre as prioridades da Entidade Regional de Turismo do Porto e Norte de Portugal, que espera colmatar nos próximos tempos algumas debilidades na sua área de intervenção. Vai abrir no aeroporto uma loja de turismo “de grande qualidade”, com promoção interactiva da região; tem prevista para o quarteirão das Cardosas, atrás do futuro Intercontinental, um *welcome center* de mil metros quadrados; e pretende cooperar com a Associação de Comerciantes do Porto para encontrar formas de aumentar o turismo de compras, uma daquelas áreas em que a cidade tem ainda pouca força de atracção.

A outra fragilidade já identificada no inquérito do ano passado, pela insatisfação admitida pelos turistas, é a cultura, a que os responsáveis pela promoção associam os “grandes eventos” de lazer, como a Red Bull Air Race, entretanto perdida para Lisboa. Catarina Machado Vaz julga que essa é uma componente que tem que ser rapidamente trabalhada, dado o impacto óbvio que estas realizações que atraem multidões tem na hotelaria, enquanto acontecem, e no efeito positivo que têm na imagem exterior de uma cidade que, graças ao desenvolvimento do Sá Carneiro, passou a estar a menos de cem euros de distância de milhões de europeus.

Porto
Toda a gente
ganha com
o turismo
low-cost
Págs. 8/9

