

Procura Turística dos Residentes 2º Trimestre de 2019

Viagens turísticas dos residentes em aceleração, principalmente com destino ao estrangeiro

No 2º trimestre de 2019, os residentes em Portugal realizaram 5,6 milhões de viagens, o que correspondeu a um crescimento de 18,0%¹ (+4,4% no 1ºT 2019 e +6,3% no 4ºT 2018). Verificou-se que 85,2% das viagens decorreram em território nacional, revelando um aumento de 15,7%. As viagens com destino ao estrangeiro registaram um crescimento de 33,2%, totalizando 828,2 mil (14,8% do total). Este resultado poderá estar influenciado pelo desfasamento do calendário do período da Páscoa, que este ano ocorreu em meados de abril, enquanto no ano anterior teve influência repartida entre março e abril.

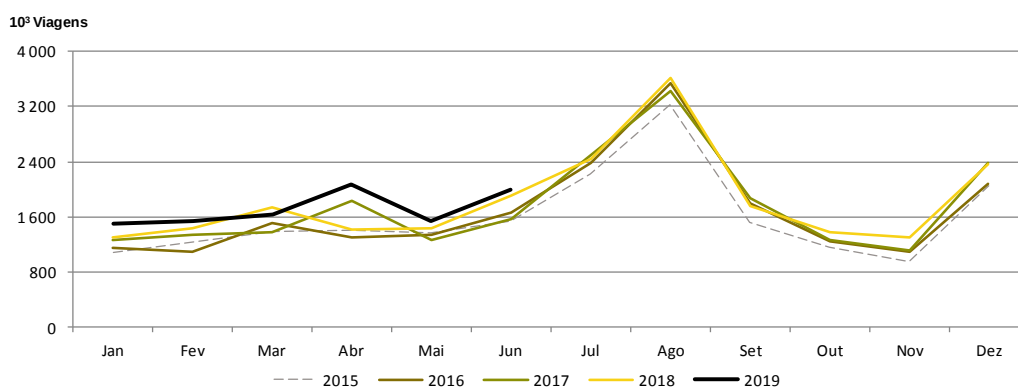
O “Lazer, recreio ou férias” foi a principal motivação para viajar no 2º trimestre de 2019 (2,7 milhões de viagens, +26,6%), tendo aumentado a sua representatividade em 3,3 p.p.² (48,6% do total, face a 45,3% no trimestre homólogo); liderou como principal motivo para viajar quer nas deslocações nacionais, quer nas deslocações ao estrangeiro, concentrando, respetivamente, 46,8% (+3,7 p.p.) e 58,9% (-1,0 p.p.) das viagens.

Os “hotéis e similares” concentraram 31,5% das dormidas, reforçando a sua representatividade (+3,5 p.p.). O “alojamento particular gratuito” manteve-se como a principal opção de alojamento (57,5% das dormidas), apesar da redução do seu peso no total (-0,9 p.p.).

Deslocações dos residentes com aumento expressivo

No 2º trimestre de 2019, os residentes em Portugal realizaram 5,6 milhões de viagens, o que correspondeu a um crescimento de 18,0% (+4,4% no 1ºT 2019 e +6,3% no 4ºT 2018).

Figura 1. Evolução mensal do número de viagens turísticas dos residentes

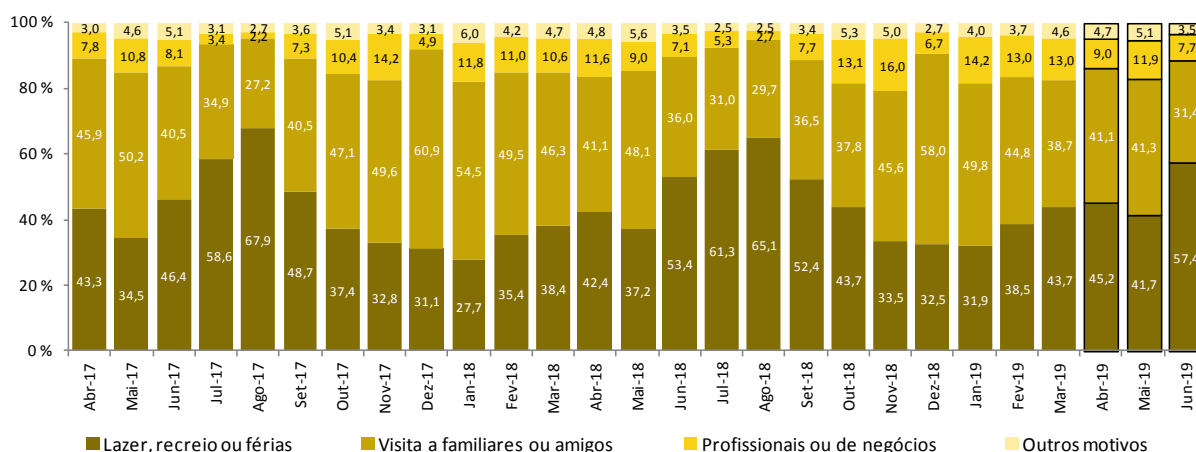


¹ Salvo indicação em contrário, as taxas de variação indicadas neste destaque correspondem a taxas de variação homóloga.

² Na análise de proporções efetua-se a comparação entre trimestres homólogos.

O “Lazer, recreio ou férias” foi a principal motivação para viajar no 2º trimestre de 2019 (2,7 milhões de viagens, +26,6%), tendo aumentado a sua representatividade em 3,3 p.p. (48,6% do total, face a 45,3% no trimestre homólogo). O motivo “visita a familiares ou amigos” esteve subjacente à realização de 2,1 milhões de viagens (37,7% do total, -3,5 p.p.), revelando um crescimento de 8,0%. As viagens por motivos “profissionais ou de negócios” (521,4 mil) revelaram um aumento de 21,6% e reforçaram o seu peso relativo em 0,3 p.p. (representando 9,3% do total).

Figura 2. Distribuição das viagens segundo os principais motivos, por meses

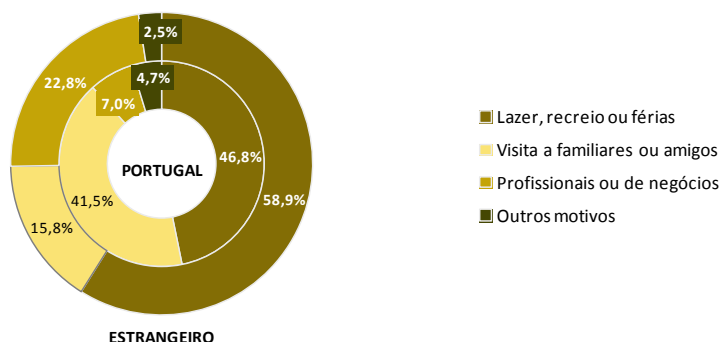


Destinos estrangeiros mantêm tendência de crescimento

No 2º trimestre de 2019, 85,2% das deslocações corresponderam a viagens domésticas (4,8 milhões), revelando um aumento de 15,7%. As viagens com destino ao estrangeiro registaram um crescimento de 33,2%, totalizando 828,2 mil (14,8% do total).

“Lazer, recreio ou férias” assumiu-se como o principal motivo para viajar, quer nas deslocações nacionais, quer nas deslocações ao estrangeiro, concentrando, respetivamente, 46,8% (+3,7 p.p.) e 58,9% (-1,0 p.p.) das viagens. A “visita a familiares ou amigos” foi o segundo principal motivo nas deslocações nacionais (41,5%, -3,9 p.p.), enquanto nas deslocações ao estrangeiro foram os motivos “profissionais ou de negócios” (22,8%, -3,1 p.p.), apesar da perda de representatividade em ambos os casos.

Figura 3. Distribuição das viagens por motivos, segundo o destino, 2º trimestre 2019

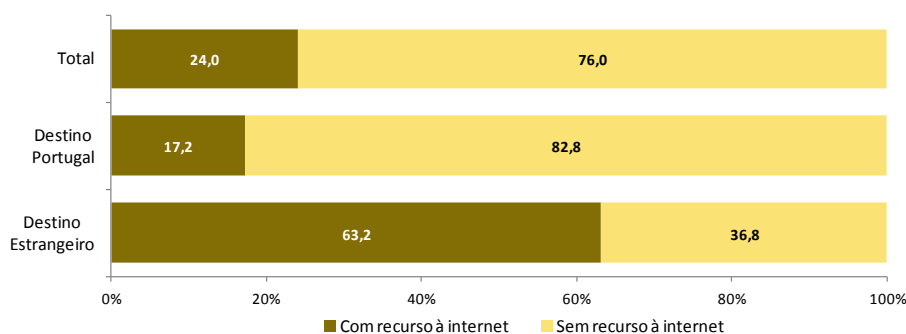


Maior expressão do recurso à internet na organização de viagens, principalmente com destino ao estrangeiro

No 2º trimestre de 2019, 37,1% das viagens foram efetuadas recorrendo à marcação prévia de serviços (+4,9 p.p.), proporção que atingiu 93,9% (+3,8 p.p.) no caso de deslocações com destino ao estrangeiro. Nas viagens em território nacional, a reserva antecipada de serviços esteve associada a 27,2% (+3,8 p.p.).

A internet foi utilizada na organização de 24,0% das deslocações (+4,7 p.p.), tendo este recurso sido opção em 63,2% (+7,6 p.p.) das viagens para o estrangeiro.

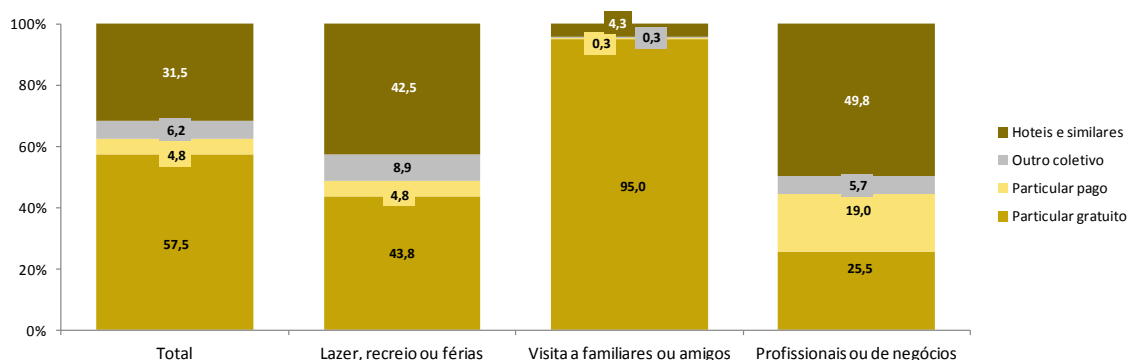
Figura 4. Distribuição das viagens segundo a utilização de internet, por destinos, 2º trimestre 2019



"Hotéis e similares" reforçam expressão

Nas deslocações realizadas no 2º trimestre de 2019, os "hotéis e similares" concentraram 31,5% das dormidas, reforçando a sua representatividade (+3,5 p.p.). O "alojamento particular gratuito" manteve-se como a principal opção de alojamento (57,5% das dormidas), apesar da redução do seu peso no total (-0,9 p.p.).

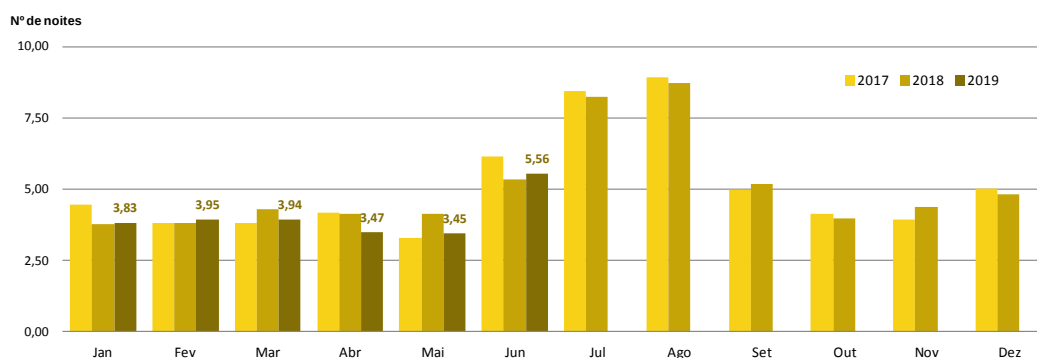
Figura 5. Distribuição das dormidas por meio de alojamento, segundo o motivo, 2º trimestre 2019



Redução no número médio de noites por turista

No 2º trimestre de 2019, o número médio de dormidas nas viagens de cada turista residente foi 4,11, correspondendo a um decréscimo de 11,0% (4,62 no 2ºT 2018; 3,91 no 1ºT 2019).

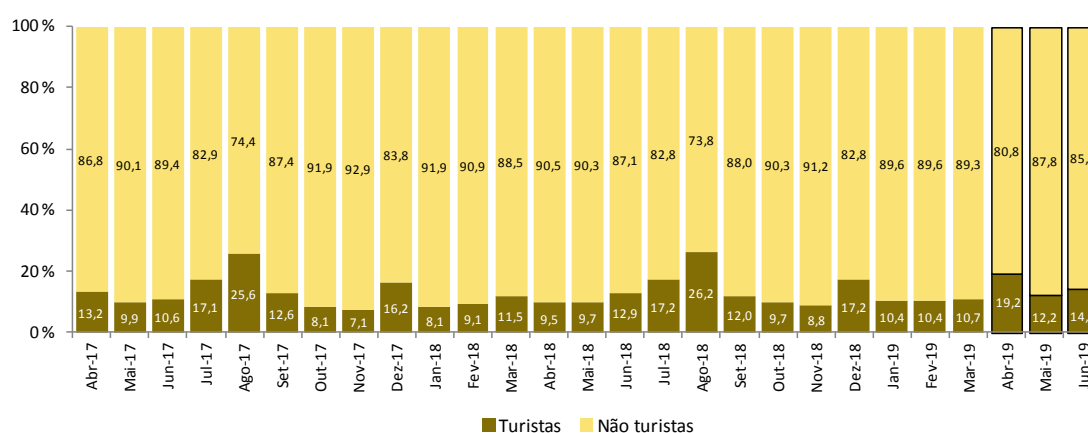
Figura 6. Número de noites por turista nas viagens, por meses



Aumento da proporção de turistas no trimestre

No 2º trimestre de 2019, 28,7% da população residente realizou pelo menos uma deslocação turística, evidenciando um aumento de 7,5 pontos percentuais. Neste trimestre, o mês de abril registou o maior crescimento homólogo em termos de peso de residentes que viajaram (+9,7 p.p.), atingindo 19,2% do total, influenciado pelo desfasamento do calendário da Páscoa.

Figura 7. Proporção de turistas e de não turistas na população residente, por meses



NOTAS METODOLÓGICAS

Os resultados do Inquérito às Deslocações dos Residentes (IDR) são obtidos a partir da inquirição de uma amostra de unidades de alojamento, com rotação de 50% no início de cada ano, mediante recolha telefónica trimestral.

Os resultados neste Destaque são:

Anos até 2018 – definitivos

Ano de 2019 – provisórios

Principais conceitos

Turista - Viajante que permanece, pelo menos, uma noite num alojamento coletivo ou particular no lugar visitado, independentemente do motivo da viagem.

Viagem Turística - Deslocação a um ou mais destinos turísticos, incluindo o regresso ao ponto de partida e abrangendo todo o período de tempo durante o qual uma pessoa permanece fora do seu ambiente habitual.

Ambiente Habitual - O ambiente habitual consiste na proximidade direta da sua residência, relativamente ao seu local de trabalho e estudo, bem como a outros locais frequentemente visitados. As dimensões distância e frequência são indissociáveis do conceito e abrangem, respetivamente, os locais situados perto do local de residência, embora possam ser raramente visitados e os locais situados a uma distância considerável do local de residência (incluindo noutro país), visitados com frequência (em média uma ou mais vezes por semana) e numa base rotineira.

Uma pessoa possui apenas um ambiente habitual, aplicando-se o conceito tanto a nível do turismo interno como do turismo internacional.

Hotéis e similares – Estabelecimentos de alojamento turístico cuja atividade principal consiste na prestação de serviços de alojamento e de outros serviços acessórios ou de apoio, com ou sem fornecimento de refeições, mediante pagamento.

Outro alojamento coletivo – Estabelecimentos de alojamento ou locais e instalações que proporcionam serviço de alojamento para turistas, na sua maioria mediante pagamento, incluindo, parques de campismo, colónias e pousadas da juventude, meios de transporte coletivos, campos de trabalho ou de férias, entre outros.

Alojamento particular gratuito – Alojamento ocupado pelos turistas e que consiste em 2ª residência ou é assegurado em casa de familiares ou amigos, sem pagamento.

Alojamento particular pago – Alojamento privado com ou sem licenciamento para a atividade de alojamento turístico, que proporciona a título oneroso um número limitado de lugares independentes (quartos ou habitação).

Data prevista para o próximo destaque – 29 de janeiro de 2020