

Procura Turística dos Residentes
4º Trimestre de 2018

**Viagens turísticas dos residentes aceleraram no 4º trimestre para +6,3%,
tendo aumentado 4,2% no ano de 2018**

No 4º trimestre de 2018, os residentes em Portugal realizaram 5,1 milhões de viagens, correspondendo a um crescimento de 6,3%¹ (+0,1% no 3ºT e +2,1% no 2ºT). As viagens com destinos nacionais aumentaram 3,6% (+0,3% no 3ºT), representando 87,8% das viagens totais, e as deslocações internacionais cresceram 30,8% (-1,3% no 3ºT), tendo assim aumentado a sua representatividade em 2,3 p.p. (12,2% do total).

A "visita a familiares ou amigos" foi a principal motivação para viajar e resultou em 2,5 milhões de viagens, com redução de 4,1% (-5,3 p.p. na sua representatividade, que foi 49,3% do total). O motivo "lazer, recreio ou férias" correspondeu a 1,8 milhões de viagens (+14,9%), tendo representado 35,9% do total (+2,7 p.p.).

Os "hotéis e similares" asseguraram 21,9% do total de dormidas no 4º trimestre, reforçando a sua expressão em 6,3 p.p. O "alojamento particular gratuito", embora se tenha mantido como a principal opção de alojamento (70,5% das dormidas), perdeu peso no total (-9,2 p.p.).

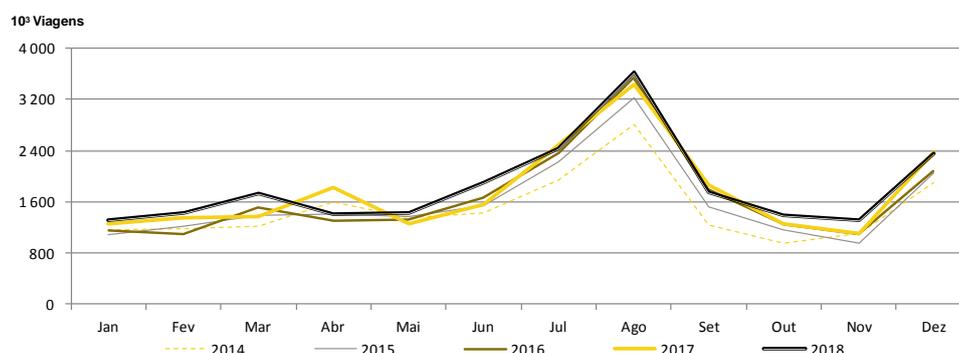
No **conjunto do ano de 2018** as viagens realizadas pelos residentes aumentaram 4,2% (+5,0% em 2017), para um total de 22,1 milhões. As viagens nacionais aumentaram 3,2% e as viagens ao estrangeiro cresceram 13,3% (+4,1% e +13,1%, respetivamente em 2017).

Visitas a familiares ou amigos predominaram, mas aumentou significativamente a proporção de viagens para lazer, recreio ou férias

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

No **conjunto do ano de 2018** (resultados preliminares) realizaram-se 22,1 milhões de viagens (+4,2%), evidenciando um ligeiro abrandamento face a crescimentos de 5,0% em 2017 e 5,4% em 2016.

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

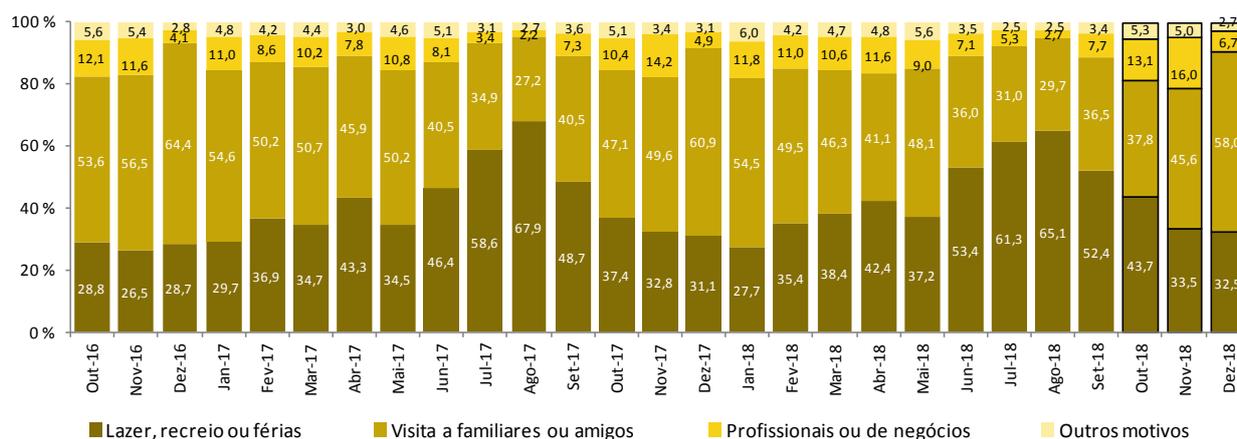


¹ Salvo indicação em contrário, as taxas de variação indicadas neste destaque correspondem a taxas de variação homóloga.

A "visita a familiares ou amigos" foi a principal motivação para viajar no 4º trimestre, tendo correspondido a 2,5 milhões de viagens (-4,1%), com perda de 5,3 p.p. na sua representatividade (49,3% do total). O motivo "lazer, recreio ou férias" correspondeu a 1,8 milhões das viagens realizadas (+14,9%), representando 35,9% do total (+2,7 p.p. no seu peso face ao total). As viagens por motivos "profissionais ou de negócios" (549,2 mil) aumentaram o seu peso relativo no 4.º trimestre em 2,3 p.p. (10,9% do total).

Considerando as viagens realizadas em **2018**, o motivo "lazer, recreio ou férias" esteve associado a 46,5% do total (10,3 milhões de viagens, +7,2%) e a "visita a familiares ou amigos" foi o motivo que originou 41,4% das viagens (9,1 milhões de viagens, -2,0%). As viagens por motivos "profissionais ou de negócios" representaram 8,3% do total (1,8 milhões de viagens, +22,0%).

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

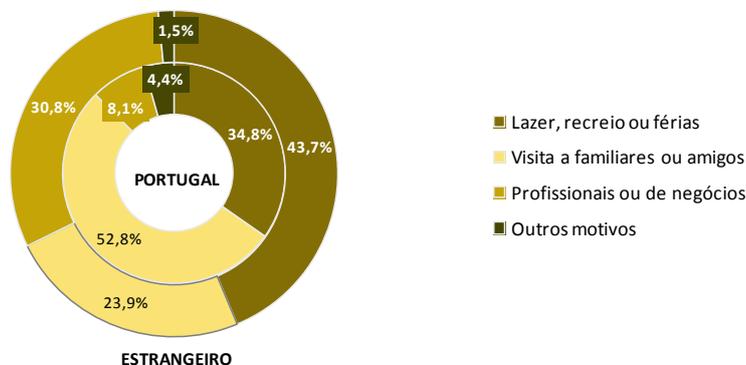


Destinos estrangeiros reforçaram representatividade

No 4º trimestre de 2018, as viagens em território nacional (4,4 milhões) concentraram 87,8% das deslocações, tendo aumentado 3,6%. A proporção de viagens para o estrangeiro correspondeu a 12,2% (reforçando o seu peso em 2,3 p.p.), totalizando 614,8 mil viagens (+30,8%).

O motivo "visita a familiares ou amigos" esteve associado à realização da maioria das viagens nacionais (2,3 milhões; peso de 52,8%). Nas viagens realizadas ao estrangeiro, foi o "lazer, recreio ou férias" (268,8 mil) que motivou a maior parte das deslocações (43,7%).

Figura 3. Distribuição das viagens segundo os motivos, por destino, 4º trimestre 2018

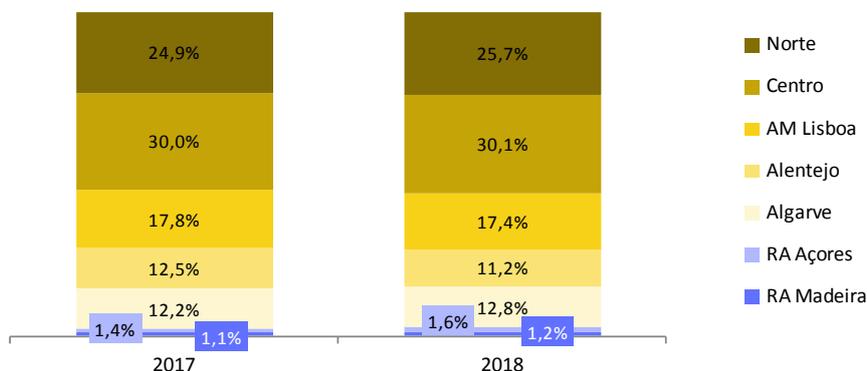


Em **2018**, as viagens para o estrangeiro aumentaram 13,3% (+13,1% em 2017), representando 11,3% do total (+0,9 p.p.), a maioria para "lazer, recreio ou férias" (58,5%, +1,1 p.p.). As viagens nacionais aumentaram 3,2% (+4,1% em 2017), tendo os motivos "lazer, recreio ou férias" e "visita a familiares ou amigos" apresentado proporções relativamente próximas (45,0% e 44,4%, respetivamente), apesar do decréscimo de 2,2 p.p. no peso do motivo "visita a familiares ou amigos", face a 2017.

Espanha destaca-se como principal destino estrangeiro

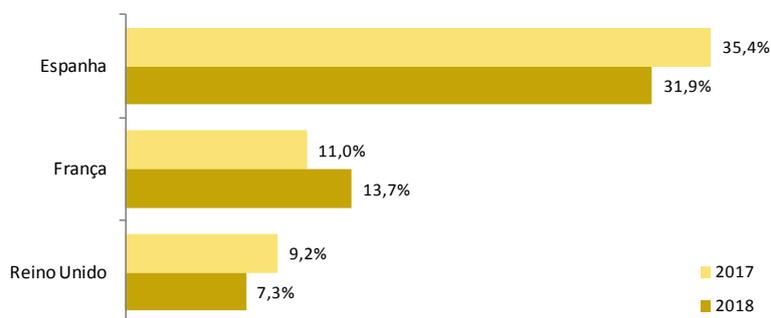
No conjunto de **2018**, 30,1% das viagens realizadas no território nacional tiveram como destino a região Centro (+0,1 p.p.) e 25,7% a região Norte (+0,8 p.p.). A Área Metropolitana de Lisboa foi identificada como destino em 17,4% das viagens nacionais (-0,4 p.p.).

Figura 4. Distribuição das viagens nacionais por NUTS II



Em **2018**, entre os principais países de destino no âmbito das deslocações ao estrangeiro, Espanha foi assinalada em 31,9% das viagens (-3,5 p.p.), França em 13,7% (+2,7 p.p.) e o Reino Unido em 7,3% (-2,0 p.p.). Entre as viagens realizadas ao estrangeiro, 76,0% tiveram como destino os países da União Europeia.

Figura 5. Proporção das viagens dos três principais destinos estrangeiros

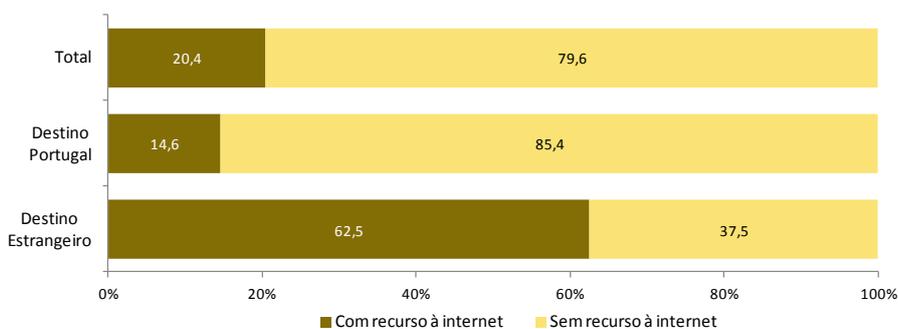


Aumento da expressão das viagens organizadas com recurso à internet

No 4º trimestre de 2018, a proporção de viagens com marcação prévia de serviços foi 31,9% (+6,4 p.p.), subindo para 89,8% (-2,0 p.p.) no caso de destinos no estrangeiro. Nas viagens nacionais, a marcação antecipada de serviços ocorreu em 23,8% (+5,7 p.p.).

A internet foi significativamente mais utilizada (+5,0 p.p.), tendo sido o modo de organização em 20,4% das viagens realizadas no 4º trimestre de 2018, ascendendo a 62,5% (-4,1 p.p.) nas viagens para o estrangeiro.

Figura 6. Distribuição das viagens segundo a utilização de internet, por destinos, 4º trimestre 2018

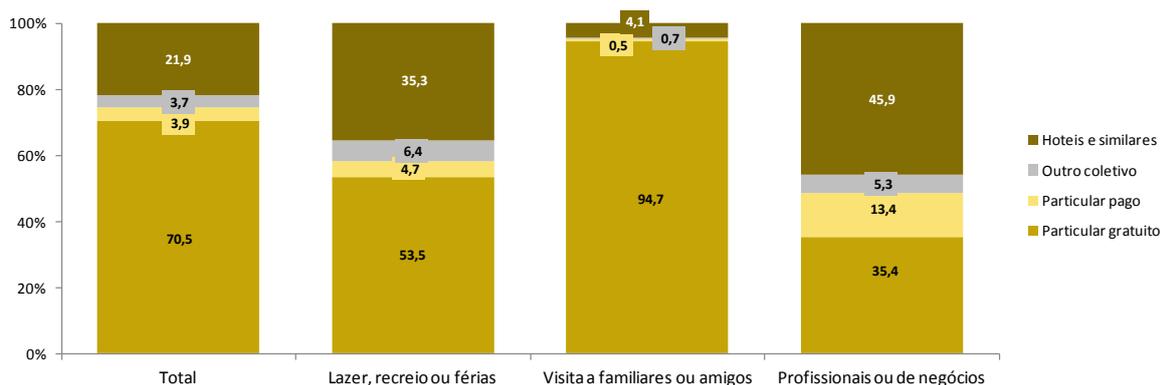


Em **2018**, a proporção de viagens com marcação prévia aumentou 2,3 p.p., tendo representado 32,5% do total e 89,8% (-0,2 p.p.) nas viagens para o estrangeiro. A utilização da internet ocorreu em 19,1% das viagens em 2018, continuando a ganhar expressão face aos anos anteriores (17,4% em 2017 e 15,8% em 2016).

“Hotéis e similares” reforçaram expressão

Os “hotéis e similares” asseguraram 21,9% das dormidas no 4º trimestre de 2018, reforçando a sua representatividade em 6,3 p.p. O “alojamento particular gratuito” manteve-se como a principal opção de alojamento (70,5% das dormidas), apesar da redução do seu peso no total (-9,2 p.p.).

Figura 7. Distribuição das dormidas por meio de alojamento, segundo o motivo, 4º trimestre 2018

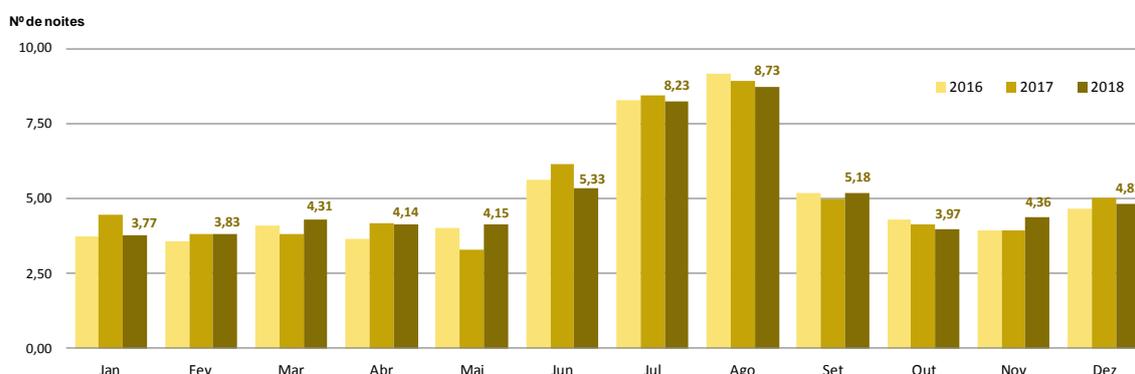


Em **2018**, as dormidas em “alojamento particular gratuito” corresponderam a 63,3% (-3,6 p.p.), tendo os “hotéis e similares” reforçado a sua expressão em 3,2 p.p. e concentrado 22,1% do total das dormidas.

Número médio de noites por turista com ligeiro decréscimo

No 4º trimestre de 2018, a cada turista residente correspondeu, em média, 4,48 noites nas viagens turísticas realizadas (-1,3%). A duração média mais elevada foi observada nas viagens realizadas em dezembro (4,82 noites).

Figura 8. Número de noites por turista nas viagens, por meses



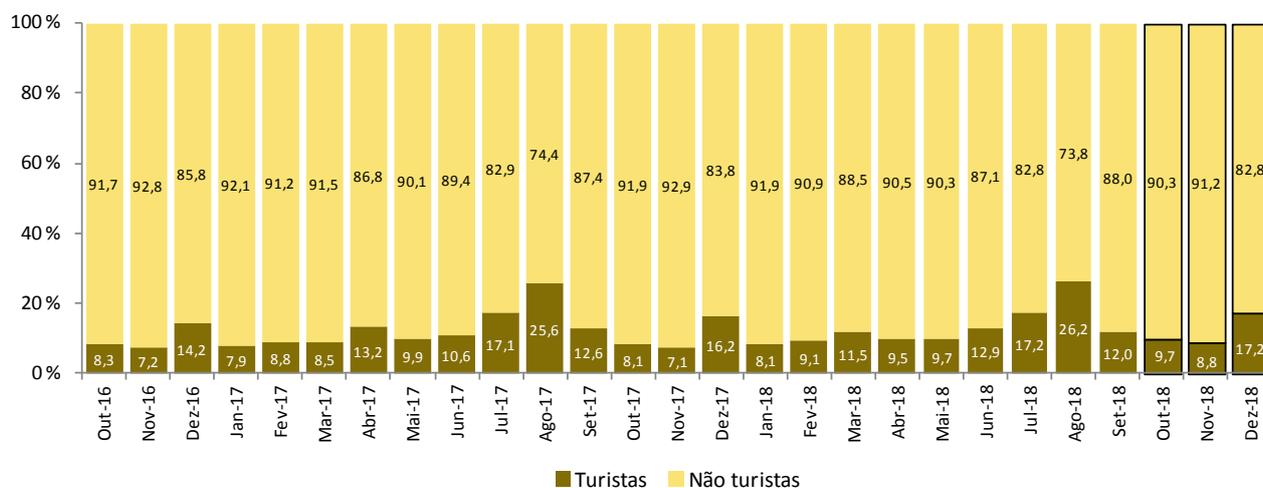
No total do ano de **2018**, cada viagem teve uma duração média de 5,63 noites (5,71 em 2017).

Proporção de turistas no trimestre cresce em termos homólogos

A proporção de residentes que realizou pelo menos uma deslocação turística no 4º trimestre de 2018 foi 21,1% (+3,0 p.p.). No mês de dezembro registou-se a maior proporção de residentes que viajaram (17,2%, +1,0 p.p.).

Considerando a globalidade do ano de **2018**, também se verificou um aumento na proporção de turistas (12,7%, +0,6 p.p.).

Figura 9. 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 cerca de 5.000 unidades de alojamento (12 000 indivíduos), com uma rotação de 50% no início de cada ano, mediante recolha telefónica trimestral precedida de uma entrevista presencial.

Os resultados neste Destaque são:

Ano de 2017 – definitivos

Ano de 2018 – 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 julho de 2019