

Procura Turística Dos Residentes 3º Trimestre de 2015

Número de residentes que viajaram continuou a aumentar

Cerca de um terço (33,8%) da população residente em Portugal efetuou pelo menos uma viagem turística no decorrer do 3º trimestre de 2015 (+3,7 p.p. que no 3º T 2014¹). O número de viagens ascendeu a 6,96 milhões de deslocações turísticas no 3º trimestre de 2015 (+16,2%), das quais 9,7% para o estrangeiro (8,6% no 3º T 2014).

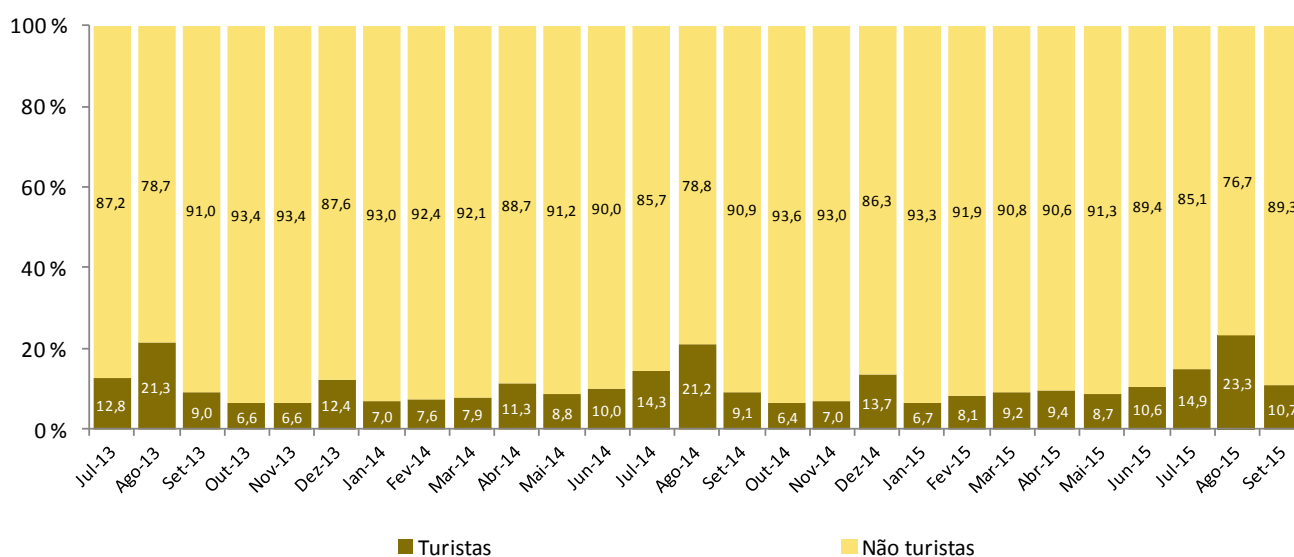
Do total de deslocações, 58,6% (4,1 milhões) tiveram por motivação "lazer, recreio ou férias" (59,4% no 3º T 2014) e 33,8% tiveram por objetivo a "visita a familiares ou amigos" (32,1% no 3º T 2014).

O "alojamento particular gratuito" foi a opção maioritária, abrangendo 59,4% das dormidas (65,7% no 3º T 2014), enquanto aos "hotéis e similares" corresponderam 22,4% das dormidas (17,5%).

Um terço dos residentes em Portugal efetuaram viagens

No 3º trimestre de 2015, 33,8% da população residente realizou pelo menos uma deslocação turística, aumentando 3,7 p.p. face a igual período do ano anterior. Considerando a população que viajou em cada mês, verificaram-se incidências de 23,3% em agosto (+2,1 p.p.), 14,9% em julho (+0,6 p.p.) e 10,7% em setembro (+1,6 p.p.).

Figura 1. Proporção de turistas e não turistas na população residente, por meses

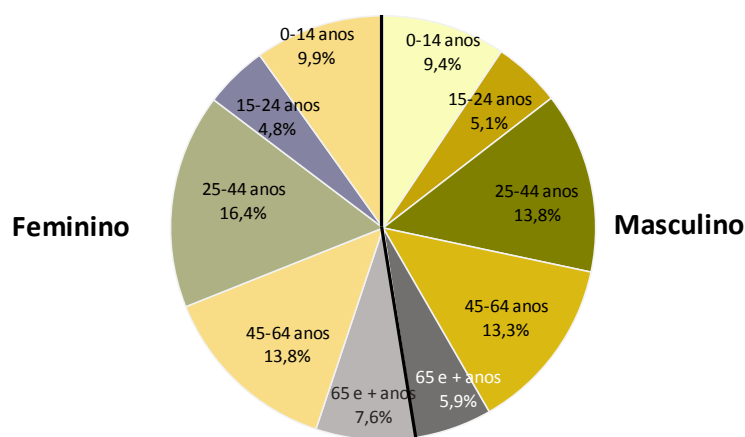


¹ Salvo indicação em contrário, as variações apresentadas correspondem à relação com o mesmo período do ano anterior.

Entre a população que viajou, 52,5% correspondeu ao sexo feminino (52,0% no 3ºT 2014).

O escalão etário compreendido entre os 25 e os 44 anos reuniu 30,2% do total de turistas, enquanto o escalão 45-64 anos abrangeu 27,1% deste total, com pesos acrescidos em 0,6 p.p. e 1,0 p.p. respetivamente face ao período homólogo de 2014. No escalão de 65 ou mais anos registou-se perda de representatividade (-1,6 p.p.).

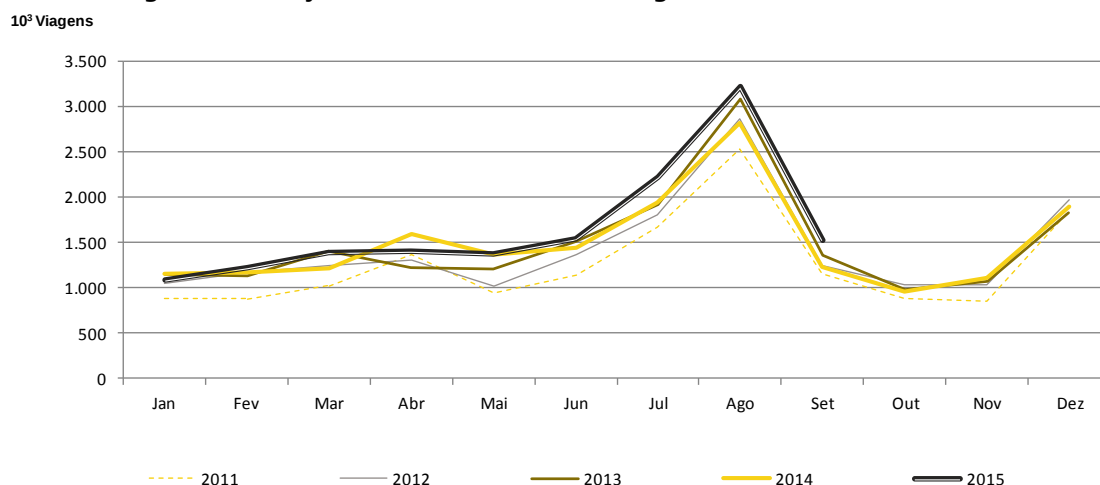
Figura 2. Repartição dos turistas por sexo e escalão etário (3º trimestre de 2015)



Viagens turísticas aumentaram

Os residentes em Portugal realizaram 6,96 milhões de viagens no 3º trimestre de 2015 (+16,2%). Agosto concentrou 46,2% das viagens do trimestre (46,9% no 3º T 2014), enquanto no mês com menos ocorrências, setembro, se registaram 21,9% das deslocações (20,6% no 3ºT 2014).

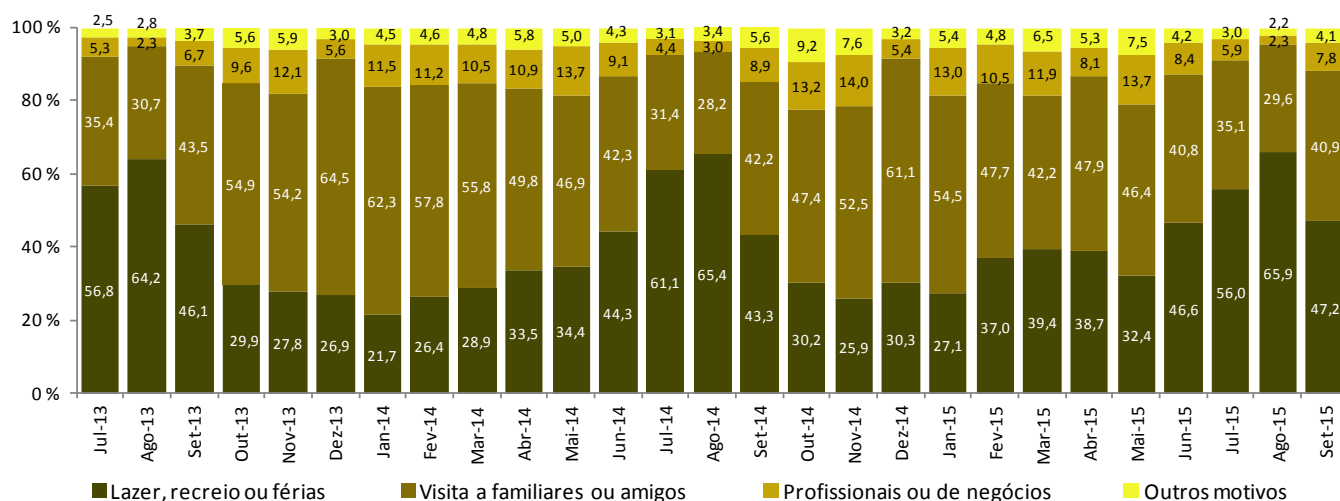
Figura 3. Evolução mensal do número de viagens turísticas dos residentes



No 3º trimestre, abrangendo os habituais meses de férias, as deslocações por “lazer, recreio ou férias” atingiram 4,1 milhões e aumentaram 14,7%, tendo representado 58,6% do total (-0,8 p.p.).

As viagens para “visita a familiares ou amigos” ascenderam a 2,4 milhões (33,8% do total, +1,7 p.p.) e as “profissionais ou de negócios” 325 mil (peso de 4,7%, tal como no trimestre homólogo no ano anterior).

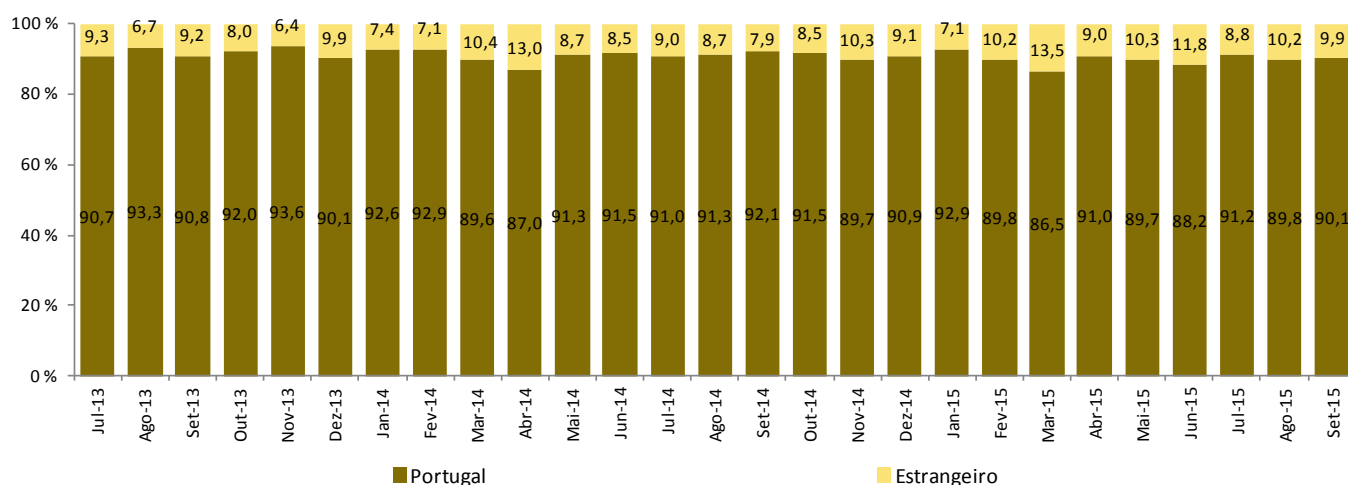
Figura 4. Distribuição das viagens segundo os principais motivos, por meses



2/3 das viagens para o estrangeiro ocorreram por motivo de lazer

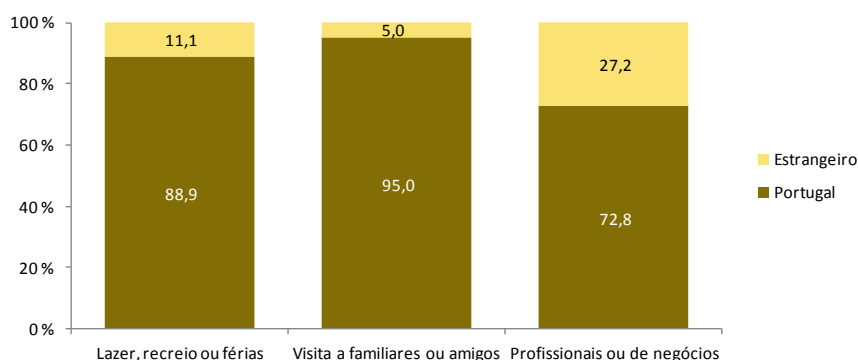
Do total de viagens turísticas efetuadas, 6,3 milhões (90,3% do total) decorreram em território nacional e registaram um aumento de 14,9%. As deslocações no estrangeiro atingiram 673 mil deslocações e representaram 9,7% do total (+1,1 p.p.).

Figura 5. Distribuição das viagens turísticas, segundo o seu destino



A distribuição de deslocações para o estrangeiro por motivos foi a seguinte: 67,1%, "lazer, recreio ou férias"; 17,3%, "visitas a familiares e amigos"; 15,1%, "motivos profissionais ou de negócios"; 0,5%, restantes motivos.

Figura 6. Distribuição das viagens segundo os destinos, por principais motivos (3º trimestre 2015)

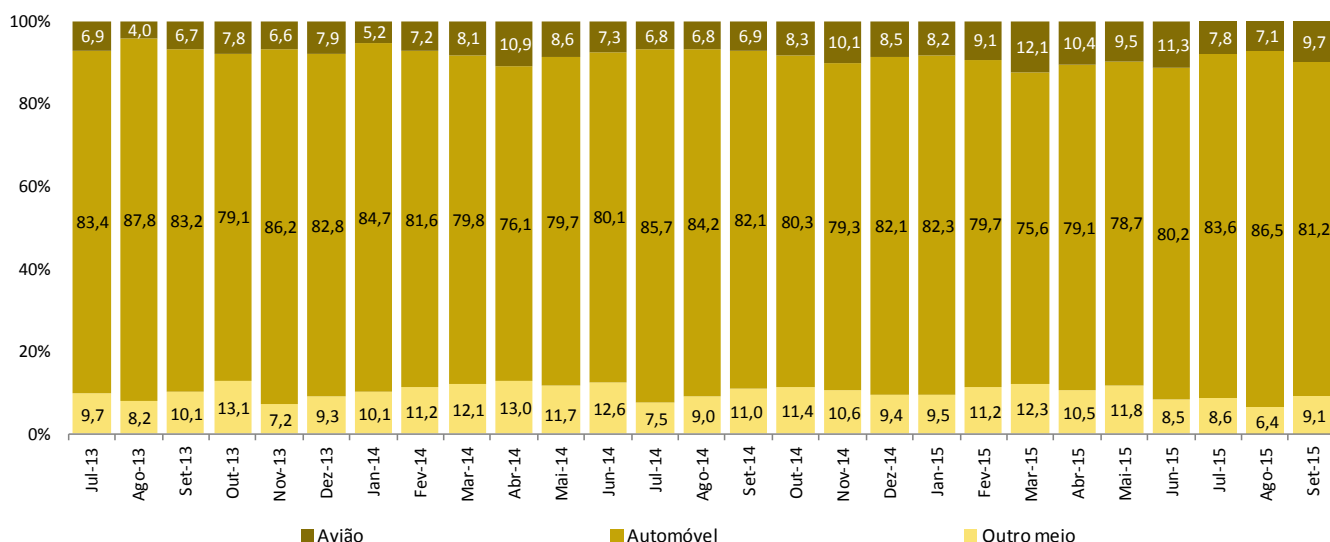


Viagens de avião com peso relativo reforçado

As viagens de avião representaram 7,9% do total e registaram uma subida de 1,1 p.p. na sua representatividade, incremento relacionado com o aumento das deslocações para o estrangeiro.

O automóvel continuou a ser o meio de transporte mais expressivo, concentrando 84,4% das deslocações realizadas.

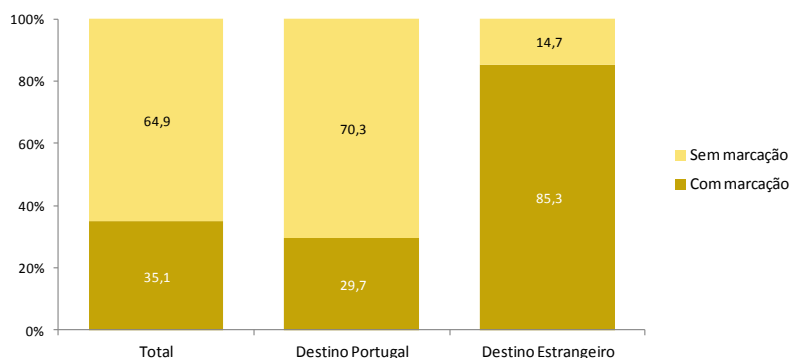
Figura 7. Distribuição das viagens turísticas segundo o principal meio de transporte utilizado, por meses



Marcação antecipada em mais viagens

A marcação antecipada continuou a aumentar e ocorreu em 2,4 milhões de viagens (35,1% do total). A maior prevalência de marcação antecipada ocorreu tanto nas viagens em Portugal (+0,6 p.p.) como nas destinadas ao estrangeiro (+1,0 p.p.).

Figura 8. Distribuição das viagens segundo a sua organização, por destinos (3º trimestre de 2015)



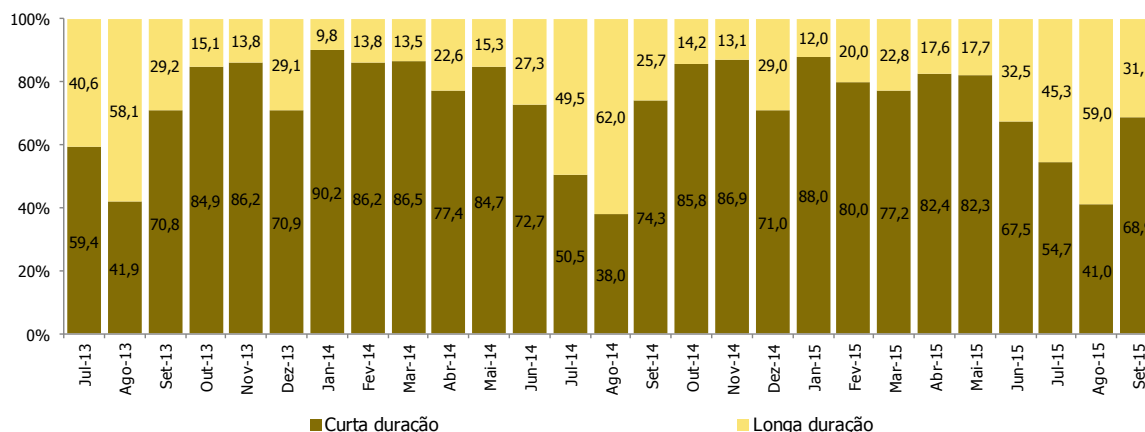
A internet foi utilizada na organização de 16,6% das viagens realizadas (13,6% das domésticas e 44,0% das deslocações para o exterior). O recurso a agência de viagem ou operadores turísticos foi menos significativo e ocorreu em apenas 7,1% das deslocações (3,8% das viagens domésticas e 37,9% das viagens para o estrangeiro).

Viagens de curta duração foram mais expressivas

As viagens de curta duração (até 3 noites) representaram 51,4% do total de deslocações turísticas, ascendendo a 3,6 milhões e aumentando 20,7%. O aumento do peso relativo das viagens de curta duração, face às mais prolongadas, ocorreu apenas em julho e agosto.

As deslocações de longa duração (4 e mais noites) cresceram 11,8% atingindo cerca de 3,4 milhões.

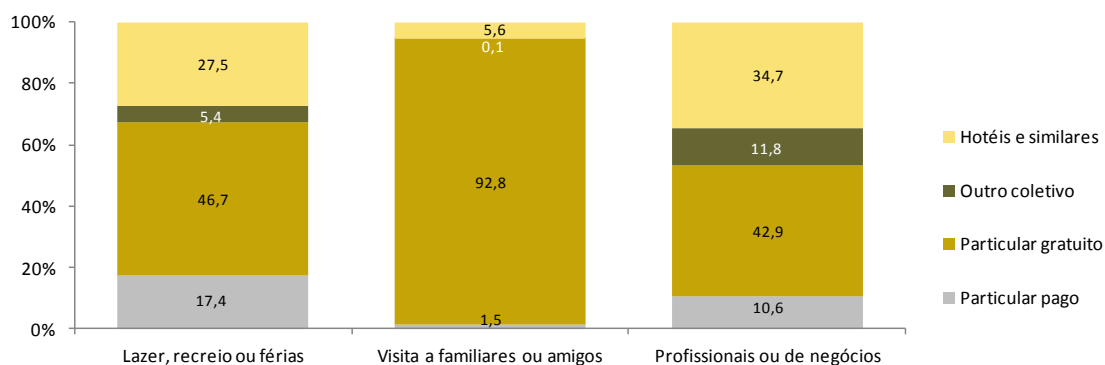
Figura 9. Distribuição das viagens turísticas segundo a sua duração, por meses



Maioria das dormidas em “alojamento particular gratuito”

O “alojamento particular gratuito”, ainda que predominante (59,4% das dormidas), continuou a perder expressão (-6,3 p.p.), tal como nos trimestres anteriores. Os “Hotéis e similares” reforçaram a sua representatividade e foram a escolha para 22,4% das dormidas (+4,9 p.p.).

Figura 10. Distribuição das dormidas por meio de alojamento, segundo os principais motivos (3º trimestre 2015)



NOTAS METODOLÓGICAS

Dados 2014 – definitivos

Dados 2015 – provisórios

Os resultados do Inquérito às Deslocações dos Residentes (IDR) são obtidos a partir da inquirição de uma amostra de cerca de 5000 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.

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, entre outros, 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 – 2 de maio de 2016