



2 - Dinâmicas do mercado turístico

Conhecer a **procura turística** é fundamental para que a oferta, o espaço geográfico e os operadores de mercado, definam as suas estratégias no sentido de melhor corresponderem às expectativas do consumidor turista e aumentar a sua taxa de captação turística.

Conheça o perfil dos turistas estrangeiros que visitam Portugal (2016)

Em dezembro de 2017, dados do Instituto Nacional de Estatística (INE) permitiram tirar muitas conclusões quanto aos turistas estrangeiros em Portugal. Portugal está na moda e o setor turístico do país está a viver os seus melhores anos de sempre.

Como vêm?

Este estudo explica ainda que 55,6% dos turistas estrangeiros em Portugal chegaram ao país por rodovia, 41% chegaram por avião e os restantes, em navios de cruzeiro.

De onde vêm?

Os mercados que mais pesam na entrada de turistas estrangeiros em Portugal são: Espanha, Reino Unido, França e Alemanha. Espanha representa mais de metade (68%) das entradas em Portugal, com 12,1 milhões de visitantes.

Porque vêm?

O lazer é o principal motivo apontado, para mais de 70% das entradas de turistas no nosso país.

Quantos vêm?

Foram registados 21,3 milhões de hóspedes (uma subida de 11,1% face a 2015) e 59,4 milhões de dormidas (uma subida de 11,6% face a 2015), revelaram os dados do INE.

Em 2016, Portugal registou 18,2 milhões de entradas de turistas estrangeiros.

Quanto ao número de turistas por cada entrada em Portugal, concluiu-se que os turistas tendem a visitar Portugal em grupos – em média, 2,55 pessoas.

Para onde vêm?

O Norte atrai suíços e franceses, Lisboa atrai italianos e brasileiros, e o Algarve, como seria já de esperar, é o destino preferido de britânicos e irlandeses. Alemães e nórdicos perdem-se de encantos pela Madeira.

<https://www.e-konomista.pt/turistas-estrangeiros-em-portugal/>



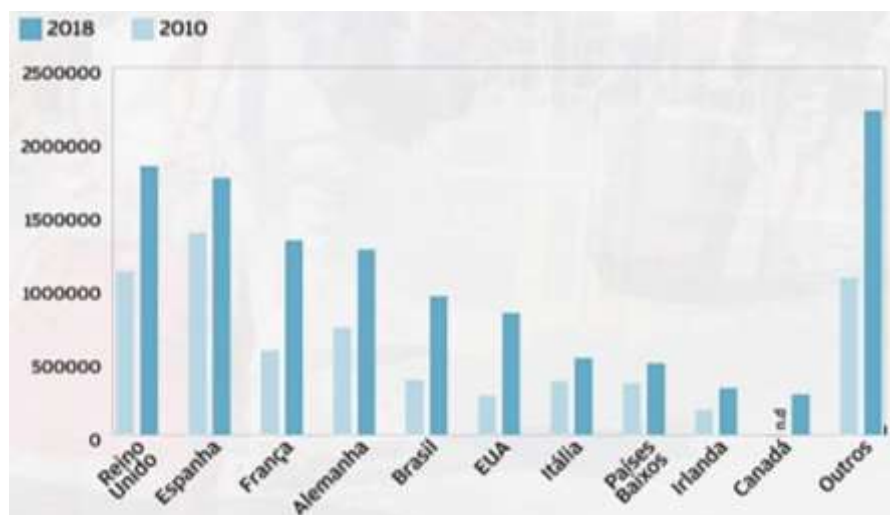
Após quatro anos consecutivos de forte crescimento, o número de hóspedes em estabelecimentos de hotelaria e similares, excluindo o alojamento local, praticamente estabilizou, subindo apenas 0,4%. Em 2018, o mercado doméstico cresceu mais do que o turismo estrangeiro.

Evolução de hóspedes entre 2010 e 2018

Cofinanciado por:



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Social Europeu



Foi em 2012 que o Reino Unido ascendeu a principal mercado emissor do turismo em Portugal, em número de hóspedes. No ano passado, os britânicos que visitaram o país foram menos 111,7mil. Desde 2010, os turistas brasileiros aumentaram 159% e os norte-americanos mais do que triplicaram.

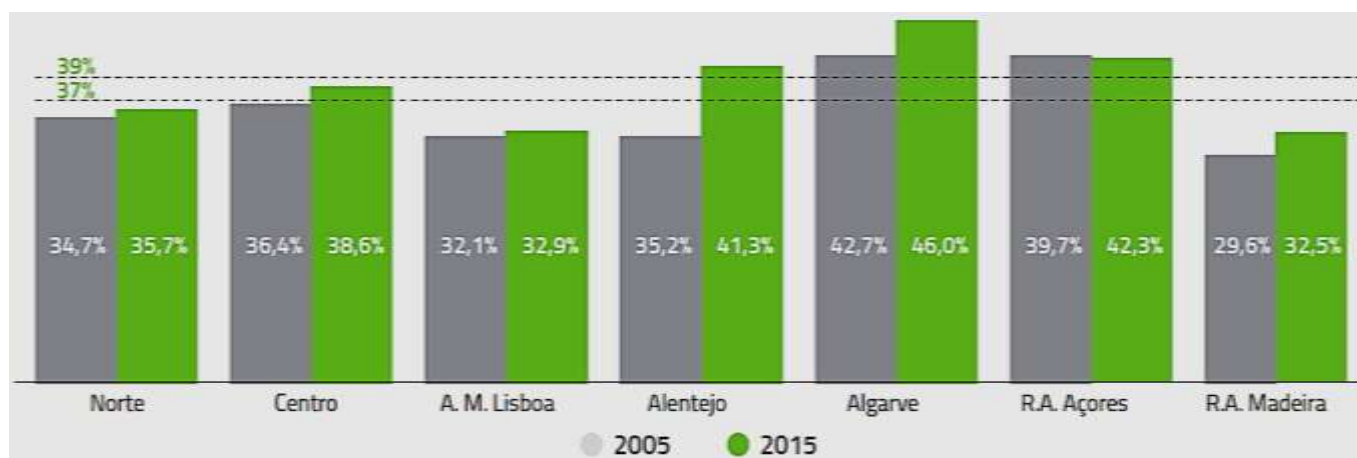
Número de hóspedes em unidades



Os Açores viram o número de hóspedes aumentar 75,3% entre 2010 e 2018, passando de 347,9 mil para 609,8 mil. A região Norte foi a 2.ª que mais cresceu, com um aumento de 70,3%. Em n.º absoluto de hóspedes, a Área Metropolitana de Lisboa registou uma subida de 2,3 milhões.

Evolução do número de hóspedes por região

Taxa média anual de sazonalidade por regiões



Nota: Taxa de sazonalidade - indicador que permite avaliar o peso da procura turística nos meses de maior procura, relativamente ao total anual, medido através do número de dormidas em estabelecimentos hoteleiros, aldeamentos, apartamentos turísticos e outros alojamentos.



A Horwath HTL, empresa de consultadoria dedicada a hospitalidade, identificou os **perfis dos novos viajantes** como o fator que mais irá influenciar o comportamento do mundo do Turismo no futuro. São três os novos conceitos que definem os turistas, fazendo com que o setor tenha de se readaptar às exigências destes mercados.

Os “**Silver hair tourist**” terão um peso cada vez maior no setor. Espera-se que a população idosa aumente acima dos 100 mil milhões de cidadãos, na China, Índia e Estados Unidos da América, em 2050. O “silver hair tourist” está disposto a gastar dinheiro, é um viajante ativo, gosta de serviços personalizados, conforto e experiências que o façam sentir “jovem”. Saúde e bem-estar são duas das principais razões para viajar, pois, este tipo de turista, gosta de atividades estimulantes física, psicológica e espiritualmente.

Já os turistas com o perfil denominado **Geração Y** ou “Millennials”, devem vir a representar 50% dos viajantes em 2025. São turistas que procuram experiências interativas, emocionais e que permitam explorar.

Por outro lado o turista da **Geração Z** ou “iGen” é mais jovem, mais informado, com grau elevado de escolaridade, com estilo de vida dinâmico, adepto das tecnologias e redes sociais. É um tipo de turista que gasta o seu dinheiro rapidamente e que procura informações em tempo real.

Os analistas da área do turismo identificam ao nível da **procura externa** algumas **ameaças**, mas também **oportunidades**.

AMEAÇAS

- Aumento da pressão sobre destinos e recursos.
- Dificuldade de afirmação e desenvolvimento do destino Portugal enquanto mercado europeu perante o crescimento da procura por destinos fora da Europa e emergência de novos destinos
- Alterações climáticas.
- Crescimento de fenómenos de insegurança.
- Situação económico-financeira europeia e comprometimento no acesso a financiamentos.
- Crescimento económico incerto em alguns dos países emissores.
- Possibilidade de sobrecarga turística em determinados locais/destinos, podendo originar impactes negativos, destinos, designadamente de natureza ambiental e social
- Políticas protecionistas.
- Brexit e respetivos impactos.

OPORTUNIDADES

- Previsões de crescimento para o turismo até 2030.
- Reconhecimento político e mobilização interinstitucional para o desenvolvimento turístico do país.
- Alteração dos padrões de consumo e motivações, que privilegiam destinos que ofereçam experiências diversificadas, autênticas e qualidade ambiental.
- Crescimento do turismo sénior e maior disponibilidade financeira para viajar em determinados segmentos.
- Procura crescente por hábitos saudáveis e produtos de saúde e bem-estar.
- Crescimento da combinação férias/negócios.
- Emergência de formas de financiamento alternativas (crowdfunding, instrumentos de empreendedorismo social).
- Captação de investimento internacional.
- Abertura de ligações diretas a novos mercados (nomeadamente, China).

O progresso da **pandemia COVID-19** e as medidas de confinamento e restrição da mobilidade dos cidadãos tiveram como consequência uma redução significativa da procura turística e o cancelamento massivo de voos. As suas consequências só são, ainda, em parte conhecidas.



As principais organizações internacionais reviram as suas estimativas iniciais, tendo como padrão um agravamento significativo da previsão de quebra da procura turística mundial.

A Organização Mundial do Turismo (OMT) anunciou que o turismo internacional deverá recuar entre 20 e 30% no ano de 2020.

A OCDE divulgou a sua estimativa inicial para o impacto da pandemia no turismo internacional, apontando para uma quebra da atividade entre 45% em 2020, advertindo que, caso a recuperação apenas se inicie após o mês de setembro, podemos estar perante um cenário de quebra na ordem dos 70%.

O WTTC prevê a perda potencial de empregos para 75 milhões em todo o mundo, incitando os governos a agir neste momento difícil para a indústria.

Covid-19: Se o turismo contrair 25%, a economia portuguesa recua 2,9%

08.04.2020

O turismo pesa a 11,3% no PIB português. Com o setor fechado, o impacto no crescimento português será significativo

Uma redução de 25% na atividade turística, quer do turismo de visitantes não residentes quer do turismo interno, devido à covid-19, levará à redução de 2,9% do PIB anual em Portugal, segundo estimativas esta quarta-feira libertadas pelo Instituto Nacional de Estatística (INE).

<https://expresso.pt/coronavirus/2020-04-08-Covid-19-Se-o-turismo-contrair-25-a-economia-portuguesa-recua-29>

A **oferta**, entendida como o conjunto de elementos, bens e serviços que procura satisfazer as necessidades dos turistas, pode ser analisada nas seguintes **dimensões**:

- Atração, constituída pelos fatores de origem natural ou criados pelo homem que dão resposta às motivações turísticas, originando uma deslocação.
- Receção, os equipamentos, bens e serviços que permitem a permanência no local visitado e satisfazem necessidades decorrentes dessa permanência.
- Fixação ou retenção, os elementos que contribuem para aumentar a permanência dos visitantes ou torna-la mais agradável.
- Animação, satisfação das necessidades de recreio ou ocupação de tempos livres.
- Deslocação, infraestruturas, equipamentos e serviços para a mobilidade dos turistas.

Em Portugal persistem **assimetrias regionais** quer ao nível das dormidas, quer também ao nível do RevPar (do inglês *revenue per available room*, ou receita por quarto disponível). Por exemplo, o RevPar da região de Lisboa é mais do dobro do valor da região centro.

RevPar por regiões dos estabelecimentos hoteleiros, aldeamentos, apartamentos turísticos e outro alojamento (€)

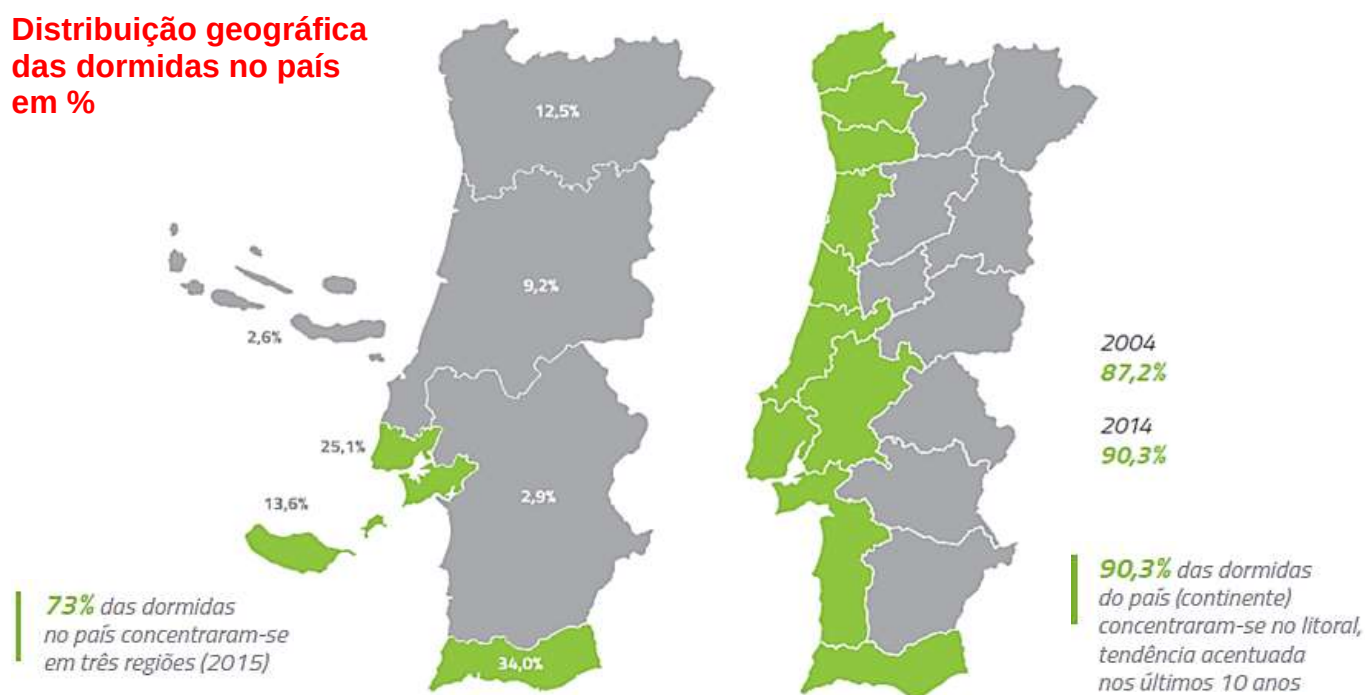


Cofinanciado por:





Distribuição geográfica das dormidas no país em %

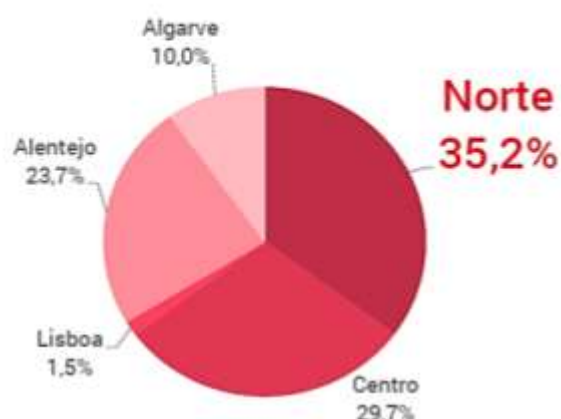


Investimento privado no turismo em Portugal continental

DISTRIBUIÇÃO DO INVESTIMENTO POR PRINCIPAIS ATIVIDADES TURÍSTICAS



DISTRIBUIÇÃO DO INVESTIMENTO POR REGIÕES NUTS II



Fonte: Turismo de Portugal, (Junho 2014)

Capacidade de alojamento em estabelecimentos hoteleiros, aldeamentos, apartamentos turísticos e outro alojamento (milhares)



Nota: *Anos sem informação sobre as categorias do alojamento

Cofinanciado por:

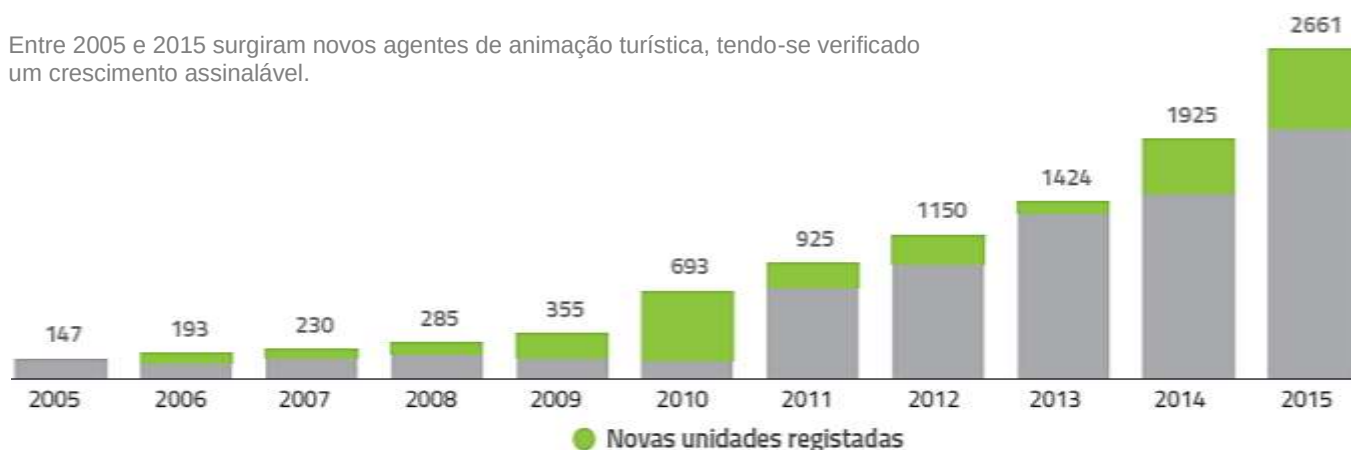
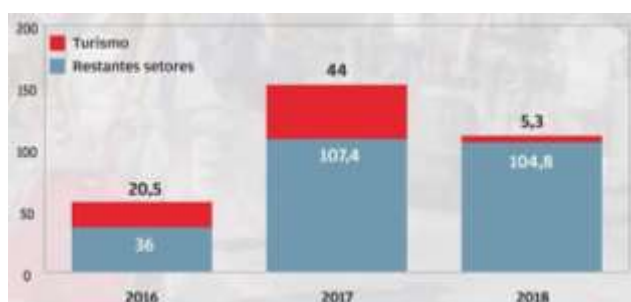


UNIÃO EUROPEIA
Fundo Social Europeu



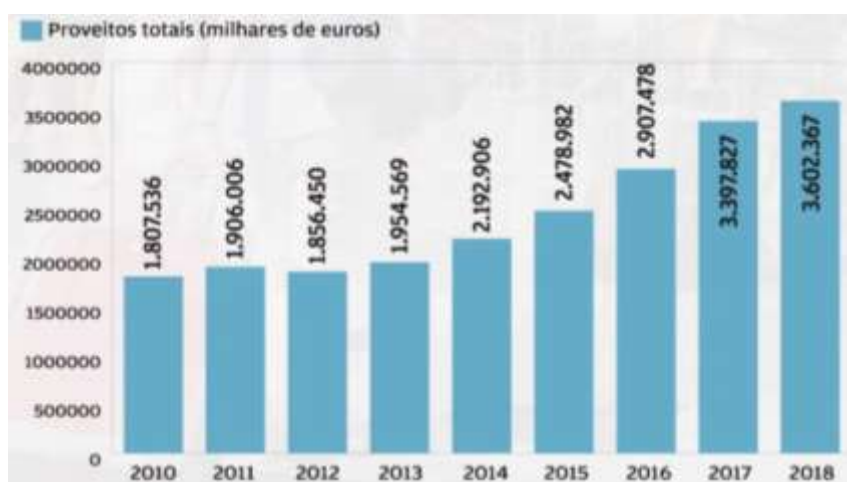
Evolução anual dos registos de empresas de animação turística

Entre 2005 e 2015 surgiram novos agentes de animação turística, tendo-se verificado um crescimento assinalável.



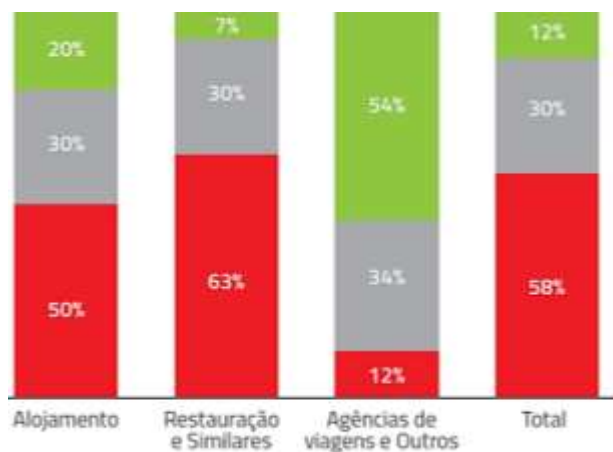
Emprego criado, em milhares de indivíduos

O peso da criação líquida de emprego nas atividades de alojamento e restauração baixou muito em 2018, quando comparado com 2017 e 2016.



Evolução dos proveitos nos estabelecimentos hoteleiros.

Os proveitos totais dos estabelecimentos hoteleiros cresceram 6% em 2018, totalizando 3,6 mil milhões de euros. Este aumento foi superior à subida de 1,7% no n.º de hóspedes. Comparando com 2010, os proveitos totais praticamente duplicaram, tendo aumentado 99,3%.



População empregada por grau de habilitação e setores de atividade em 2015

- Superior
- Secundário e pós-secundário
- Até ao ensino básico

Fonte: INE

Alojamento, restauração e similares, agências de viagens e outros.

Cofinanciado por:





Portugal eleito melhor destino turístico do mundo pela 3.^a vez

Notícia de 28 NOV 2019

Portugal foi distinguido como melhor destino turístico do mundo pelo terceiro ano consecutivo pelos World Travel Awards, numa cerimónia que se realizou hoje em Mascate, Omã.

Esta distinção foi atribuída pela primeira vez a Portugal em 2017, renovada em 2018 e, novamente, em 2019, sendo que já em junho, o país tinha sido reeleito o melhor Destino Turístico da Europa também pelo terceiro ano consecutivo, na ocasião numa cerimónia que decorreu na Madeira.

O Turismo de Portugal foi também distinguido, pelo terceiro ano consecutivo, como o “Melhor Organismo Oficial de Turismo do Mundo” nos World Travel Awards, anunciou a entidade.

<https://www.dnoticias.pt/pais/portugal-eleito-melhor-destino-turistico-do-mundo-pela-3-vez-CX5505895>

A análise dos dados estatísticos permite-nos ao nível da oferta turística nacional identificar **potencialidades e fragilidades**.

POTENCIALIDADES

- Localização geoestratégica como hub internacional.
- Clima ameno, luz, sol e mar.
- Diversidade e elevado valor do Património histórico-cultural e natural.
- Ecossistema empreendedor e criativo ligado ao Turismo.
- Upgrade da oferta de alojamento & restauração.
- Novas formas de alojamento, de qualidade reconhecida e que respondem à procura.
- Hospitalidade.
- Relação qualidade/preço
- Segurança.
- Diversidade da oferta turística.
- Autenticidade com inovação.
- Gastronomia.
- Facilidade de acesso e proximidade entre os vários destinos turísticos.
- Número de falantes da língua portuguesa pelo mundo.
- 60% da população portuguesa fala uma segunda língua.

FRAGILIDADES

- Quadro económico-financeiro frágil e empresas pouco capitalizadas.
- Existência de alguma desarticulação institucional e de coordenação entre agentes que operam no mercado turístico.
- Défice de informação sobre a oferta.
- Insuficiente presença das empresas do turismo no "mundo digital".
- Falta de conhecimento e de informação sobre a atividade turística.
- Insuficiente presença de marcas/cadeias internacionais.
- Falta de estruturação do produto.
- Baixo nível de qualificações e de rendimentos dos profissionais de turismo.
- Ausência ou deficiente sinalética turística.
- Custos de contexto.
- Assimetrias regionais.
- Sazonalidade.
- Défice de informação sobre o destino Portugal nos mercados externos.
- Oferta turística pouco capacitada para diferentes mercados e segmentos.



O Turismo de Portugal, no documento “Estratégia Turismo 2027”, identifica algumas **tendências internacionais** com impacto no turismo.

- Tecnologias de Informação e Comunicação como veículo condutor da Nova Economia.
- Expansão das Redes Sociais.
- Impacto dos millennials na redefinição e criação dos modelos de negócio.
- Consumidores mais informados e exigentes.
- Maior enfoque na oferta customizada.
- Crescimento do turismo sénior – Silver Age.
- Crescimento dos X-tra money to spend (solteiros com poder de compra).
- Aumento dos Double income no kids (casais sem filhos).
- Crescente importância da saúde e aquisição de hábitos saudáveis
- Instabilidade nas economias emergentes.
- Crescimento de fenómenos de insegurança.
- Aumento do número de Megacidades.
- Crescimento da indústria de cruzeiros turísticos.
- Maior cobertura de destinos por Companhias aéreas low cost.
- Estabilidade e recuperação de destinos que têm estado sob conflitos.
- Emergência de novos destinos.
- Crescimento da combinação férias e negócios.
- Diversificação de fontes de financiamento (ex. crowdfunding).
- Alterações Climáticas e maior importância da sustentabilidade.

Covid-19: Se o turismo contrair 25%, a economia portuguesa recua 2,9%

O turismo pesa a 11,3% no PIB português. Com o setor fechado, o impacto no crescimento português será significativo

Uma redução de 25% na atividade turística, quer do turismo de visitantes não residentes quer do turismo interno, devido à covid-19, levará à redução de 2,9% do PIB anual em Portugal, segundo estimativas esta quarta-feira libertadas pelo Instituto Nacional de Estatística (INE).

<https://expresso.pt/coronavirus/2020-04-08-Covid-19-Se-o-turismo-contrair-25-a-economia-portuguesa-recua-29>

Os recentes desenvolvimentos relacionados com o progresso da **pandemia COVID-19** e as medidas de confinamento e restrição da mobilidade dos cidadãos reduziram a procura turística e levaram ao cancelamento massivo de voos, cujas consequências são ainda imprevisíveis.

As principais organizações internacionais reviram as suas estimativas iniciais, tendo como padrão um agravamento significativo da previsão de quebra da procura turística mundial.

A Organização Mundial do Turismo (OMT) anunciou que o turismo internacional deverá recuar entre 20 e 30% no ano de 2020.

A OCDE divulgou a sua estimativa inicial para o impacto da pandemia no turismo internacional, apontando para uma quebra da atividade entre 45% em 2020, advertindo que, caso a recuperação apenas se inicie após o mês de setembro, podemos estar perante um cenário de quebra na ordem dos 70%.

O WTTC prevê a perda potencial de empregos para 75 milhões em todo o mundo, incitando os governos a agir neste momento difícil para a indústria.