

Estudi
Mercat portuguès 2019-2022
Novembre 2023

METODOLOGIA



Objectiu

Objectiu

Estudi de l'empresa IPK International amb l'objectiu de conèixer l'evolució del mercat emissor portuguès entre 2019 i 2022.



Metodologia

Metodologia

Avaluació de les dades del World Travel Monitor d'IPK. Les dades provenen d'una enquesta realitzada a una mostra representativa de la població a Portugal, amb 5.000 respostes, que considera únicament els viatges de més d'un dia.

MERCAT PORTUGUÈS 2019-2022

Introducció

Volum de viatges

Els viatges procedents del mercat portuguès han experimentat una lleugera reducció del seu volum de 2019 a 2022. Concretament, aquesta reducció ha estat d'un 11%.

Motius de viatge

Tot i això, aquesta tendència no ha afectat per igual a tots els tipus de viatge. Mentre que s'observa un decreixement en el percentatge de viatges de negocis, que passen a representar un 17% dels viatges al 2019 a un 14% al 2022, les visites a familiars i amics i les vacances augmenten el seu pes relatiu.

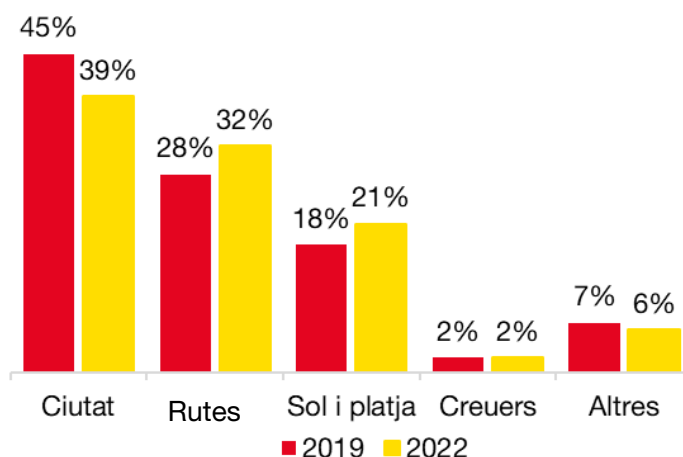
Les vacances passen de ser el 81% dels viatges al 2019 al 83% al 2022, i els viatges per visitar amics i familiars passen de representar un 2% del total de viatges al 2019 a un 3% al 2022.

Tipus de viatges

Pel que fa a la tipologia dels viatges dels turistes portuguesos, s'evidencia una tendència a reduir els viatges a ciutats per afavorir les rutes i els viatges de sol i platja.

Comparant les dades de 2019 amb les de 2022, s'observa que els viatges a la ciutat cauen 6 punts percentuals, passant de representar el 45% dels viatges a ser un 39%. Les rutes augmenten lleugerament del 28% al 32%, així com els viatges de sol i platja, que passen del 18% al 21%. Els creuers es mantenen en un 2% i les altres tipologies de viatges representen el 6%, un punt per sota de les dades de 2019.

Evolució del tipus de viatges



MERCAT PORTUGUÈS 2019-2022

Inspiració i reserva

Fonts d'informació

A l'hora d'informar-se sobre els viatges, els portuguesos fan servir internet com a font principal (89% al 2019 i 96% al 2022), seguit dels amics i familiars (46% al 2019 i 39% al 2022). També tenen una influència notable les agències de viatges (28% al 2019 i 25% al 2022) i les guies de viatge (17% al 2019 i 13% al 2022).

Internet

Les principals fonts d'informació *online* són els llocs web d'allotjaments o transports (72% al 2019 i 70% al 2022), seguides dels llocs webs de les destinacions (54% al 2019 i 50% al 2022) i les pàgines de reserva (49% al 2019 i 48% al 2022).

Mentre que aquestes fonts perden pes lleugerament, altres van guanyant popularitat, com ara els blogs de viatges (22% al 2019 i 23% al 2022), les xarxes socials (19% al 2019 i 24% al 2022) i les ressenyes *online* (12% al 2019 i 18% al 2022).

Canals de reserva

A les reserves també s'observa el predomini d'internet com a canal principal (el 79% de les reserves al 2019 i el 91% al 2022). Aquest creixement de les reserves *online* no ha afectat les reserves a través d'agències de viatges (17%) o a través de l'empresa de transport (18%), que no varien per aquest període. També creixen les reserves fetes per altres canals, com ara directament amb els hotels, a través de clubs, etc. (23% al 2019 i 26% al 2022).

Període de reserva

El moment de fer la reserva és majoritàriament un mes abans del viatge (49% al 2019 i 48% al 2022), encara que segments notables dels viatgers reserven amb dos o tres mesos d'antelació (37% al 2019 i 35% al 2022) i 4 o més mesos abans del viatge (15% al 2019 i 17% al 2022).

MERCAT PORTUGUÈS 2019-2022

Característiques dels viatges

Grup de viatge

Els viatgers portuguesos viatgen majoritàriament en parella, creixent del 50% al 2019 al 53% al 2022. També augmenten els viatges en família (28% al 2019 i 30% al 2022), amb nens (del 16% al 18%) i amb col·legues de feina o negocis (del 7% al 8%). L'única opció que es redueix són els viatges en solitari, que baixen del 15% al 13% al 2022.

Estacionalitat

L'evolució de la temporada de viatge als darrers anys ha estat marcada per un creixement de la concentració estival.

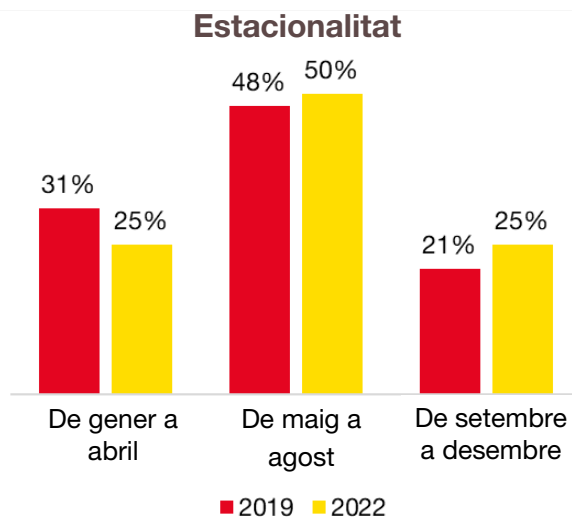
Al 2019 el 21% dels viatges dels portuguesos es feien de setembre a desembre, el 31% de gener a abril i el 48% de maig a agost. Al 2022, augmenten els viatges a la tardor (25% de setembre a desembre), però també ho fan els viatges a l'estiu (50% de maig a agost), mentre que els viatges de gener a abril cauen al 25%.

Durada

Pel que fa a la durada dels viatges, l'opció més habitual són els viatges de quatre a set nits, encara que decreixen del 56% al 2019 al 55% al 2022. També minva en dos punts la popularitat dels viatges d'un a tres dies, que romanen com a segona opció més popular (27%) malgrat això.

La resta de viatges creixen en popularitat. Així, els viatges de vuit a quinze nits augmenten del 14% al 17% i els de més de quinze nits passen del 1% al 2%.

Amb això, la durada mitjana dels viatges dels turistes portuguesos ha augmentat de 5,5 nits al 2019 a 6,1 nits al 2022.



MERCAT PORTUGUÈS 2019-2022

Allotjament

Hotels

L'allotjament majoritari dels turistes portuguesos és l'hotel, que, a més a més, experimenta un creixement. Així, al 2019 el 61% dels viatgers s'havia allotjat en hotels, mentre que al 2022 aquesta xifra va ser del 65%.

A la tria d'hotels, però, s'observa un canvi pel que fa al tipus d'hotel. Mentre que al 2019 l'opció més popular varen ser els hotels de 4 i 5 estrelles, al 2022 els superen els de 3 estrelles. Aquests passen a ser triats en un 29% de viatges (front un 26% al 2019).

En darrer lloc, tant al 2019 com al 2022, el 7% dels viatgers van triar els hotels més econòmics .

Altres

Altres tipus d'allotjaments de pagament (com ara viles, creuers, clubs de vacances, etc.) redueixen la seva popularitat (24% al 2019 en front del 21% al 2022).

A més, també s'observa una reducció de la popularitat d'altres allotjaments de tipus gratuït, que passen del 14% al 12%.

Finalment, els allotjaments que no queden englobats per aquestes categories creixen en un punt, representant un 1% al 2019 i un 2% al 2022.



MERCAT PORTUGUÈS 2019-2022

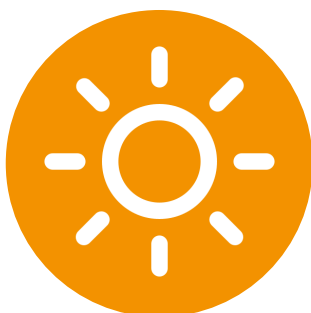
Activitats

Ciutats

Pel que fa a les activitats a les ciutats, el 91% realitza visites a llocs d'interès, un punt per sota de les dades de 2019.

El 77% dels viatgers gaudeixen de l'ambient a la ciutat, activitat que cau 3 punts des de 2019. Les compres passen del 42% al 39% i les activitats enogastròniques cauen del 32% al 29%.

L'única activitat que augmenta en aquest període són les visites a museus, que passen del 43% al 48%.



Rutes

A les rutes, totes les activitats baixen menys les enogastròniques, que passen del 15% al 18%. Les visites a ciutats cauen del 65% al 59%, les visites a llocs d'interès baixen del 87% al 82%, les visites a museus, del 53% al 48% i les activitats a la natura cauen un punt, del 35% al 34%.

Sol i platja

En darrer lloc, a les activitats de sol i platja s'observa que nadar i prendre el sol és l'única activitat que creix.

Relaxar-se disminueix en 8 punts, del 92% al 84%; les activitats enogastròniques cauen 3 punts, del 29% al 26%; gaudir de la natura passa del 41% al 40% i les activitats socials i festes minven del 26% al 18%.

MERCAT PORTUGUÈS 2019-2022

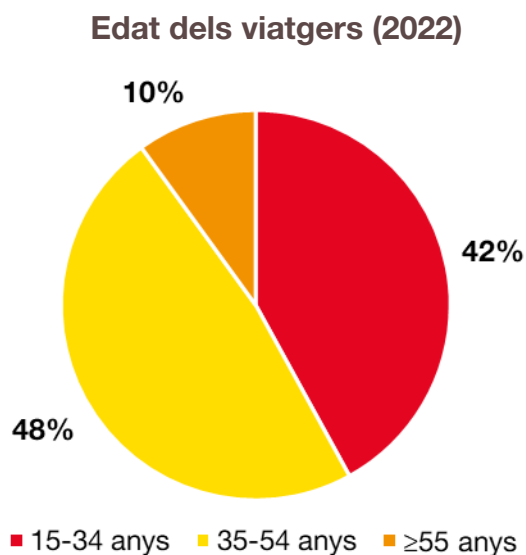
Perfil dels viatgers

Edat i gènere

Els homes portuguesos superen lleugerament les dones en viatges. El 51% de viatgers són homes i el 49% són dones, segons dades de 2022 (52% i 48% al 2019, respectivament).

Pel que fa als grups d'edat, l'edat mitjana ha passat dels 38 anys al 2019 als 37 al 2022.

Els viatgers d'entre 15 i 34 anys creixen (41% al 2019 i 42% al 2022), així com els viatgers de 55 anys o més (9% al 2019 i 10% al 2022). Els viatgers d'entre 35 i 54 anys són el grup que més viatja, encara que la seva proporció cau respecte la resta (50% al 2019 i 48% al 2022).

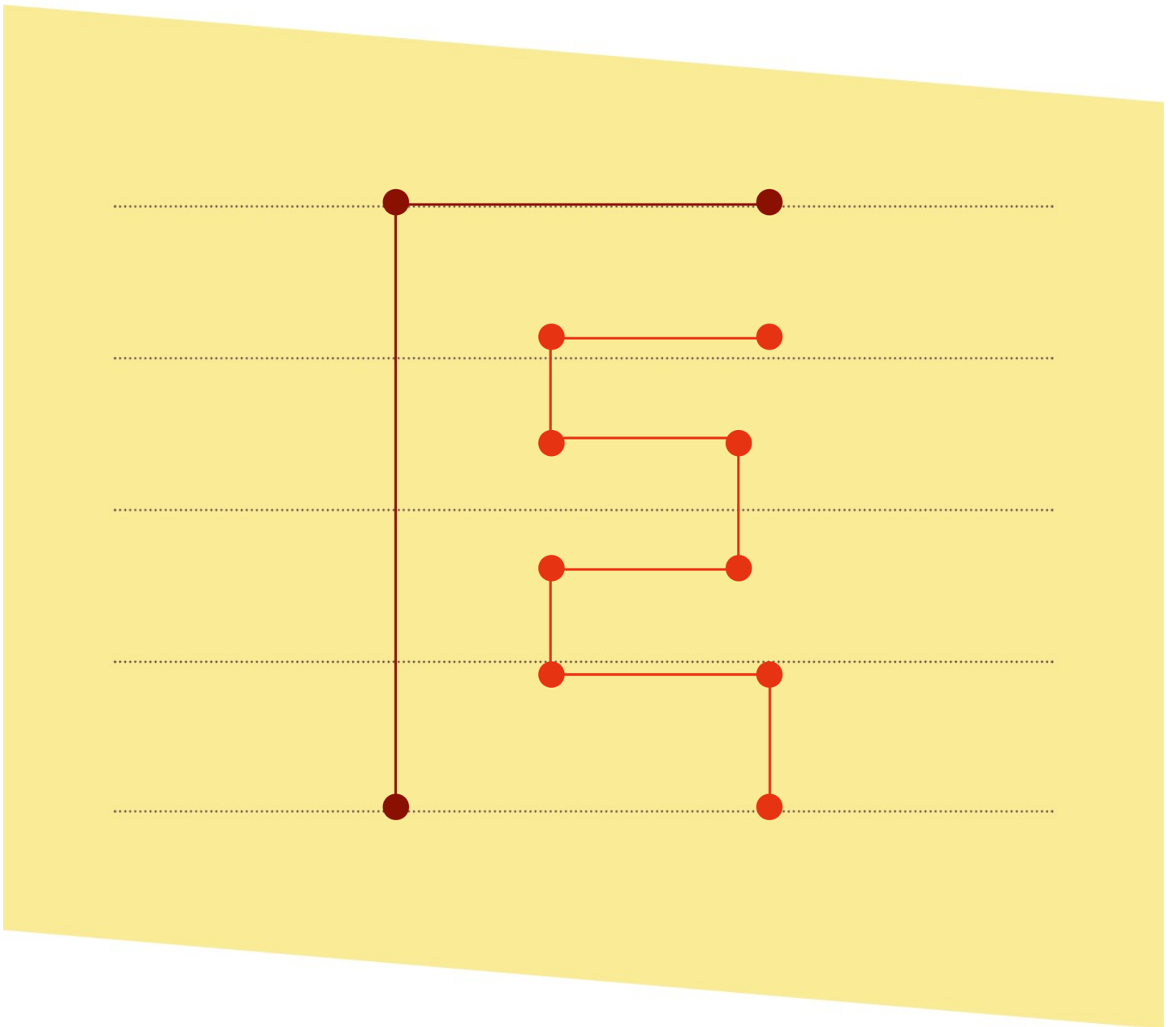


Ingressos

Als darrers anys, s'ha incrementat la proporció de viatgers de rendes elevades (del 39% al 43%). Aquest increment no ha afectat els viatges de la classe mitjana-alta (es manté en un 28%), mentre decreix la proporció de viatges de la classe mitjana-baixa (del 24% al 22%) i baixa (del 9% al 7%).

Àrea de residència

Pel que fa a l'àrea de residència, podem observar que la majoria són de Lisboa (42% al 2019 i 45% al 2022), seguits dels viatgers del nord de Portugal (41% al 2019 i 39% al 2022). En tercer lloc, trobem els viatgers del centre de Portugal (13% al 2019 i 12% al 2022), seguits pels viatgers d'Alentejo (2% al 2019 i 3% al 2022) i, en darrer lloc, els d'Algarve (2% durant tot el període).



act.gencat.cat
catalunya.com