



## Portugueses mantêm forte vontade de viajar apesar do contexto geopolítico instável

Os portugueses são dos europeus com maior vontade para viajar em 2026 (82%), sendo apenas ultrapassados pelo Reino Unido (84%) o que demonstra que as férias são vistas como uma necessidade associada ao bem-estar e equilíbrio pessoal. Talvez por isso o orçamento médio dos portugueses para férias tenha subido 147 euros, fixando-se nos 1.662 euros. É uma subida de 10% face ao valor de 2025, mas que ainda deixa Portugal abaixo da média europeia de 2.089 euros.

Estes são os dados revelados na 25ª edição do Barómetro Anual de Férias de Verão da Europ Assistance, um estudo realizado em parceria com a IPSOS que analisa os planos de férias em 26 países, 11 dos quais europeus, mas também da América, Oceânia, Médio Oriente e Norte de África.

Entre os 11 países europeus, Portugal mantém-se na nona posição da tabela, com a Suíça a liderar a classificação com 3.100 euros. Se considerarmos os 26 países inquiridos, Portugal desce para a 19ª posição. No ranking global, a Suíça também lidera, seguida dos Estados Unidos da América, com 3.049 euros e Austrália com 3.035 euros.

### Para mais informações:

Jorge Coelho  
LPM Comunicação  
Tel.: 963 794 336  
jorgecoelho@lpmcom.pt

Margarida Pinheiro  
LPM Comunicação  
Tel.: 964 594 078  
margaridapinheiro@lpmcom.pt



[europassistance.com](http://europassistance.com)

### CRESCER TENDÊNCIA PELO TURISMO INTERNO

Em termos de destino, os portugueses mostram maior preferência por viajar dentro do país (47%), com um ligeiro decréscimo das viagens internacionais que passaram de 43% em 2025 para 42% em 2026. Na lista de destinos preferidos, Itália, Espanha e França destacam-se como os mais desejados a nível mundial. Em Portugal, destaca-se Espanha (21%), Itália (8%) e, pela primeira vez no top 3, o Brasil (9%).

Este entusiasmo convive com uma maior atenção à segurança que continua a desempenhar um papel cada vez mais importante, tanto na escolha do destino como nas decisões de não viajar. Em toda a Europa, 30% dos inquiridos consideram a segurança um critério determinante na escolha do destino, refletindo uma tendência crescente face a 2025. Em Portugal, os conflitos armados e riscos de ataques terroristas, 70% e 67%, respetivamente, são considerados fatores de preocupação na hora de decidir para onde viajar — valores bastante superiores à média europeia (59% e 53%).

Os conflitos armados no Médio Oriente parecem ter afetado o interesse de alguns viajantes pela região: os Emirados Árabes Unidos entraram na lista de países que os viajantes afirmam poder evitar devido ao clima político, a par dos Estados Unidos, que agora parecem estar firmemente estabelecidos nessa lista.



## **QUESTÕES FINANCEIRAS CONTINUAM A SER PRINCIPAL ENTRAVE A PLANOS DE FÉRIAS**

Ainda assim, as restrições financeiras continuam a ser o principal impedimento para não viajar. 49% dos portugueses que não vão de férias apontam questões como a poupança como a principal razão. A inflação continua a ser o principal motivo a retrair as pessoas na hora de fazer planos. Portugal é o país europeu onde este receio é mais pronunciado (90%, mais 5% vs. 2025), e é também o país da Europa onde os preços elevados mais impactam o orçamento dedicado ao lazer.

De acordo com o estudo, 78% dos portugueses planeiam fazer pelo menos uma viagem este verão, um valor estável face aos anos anteriores e acima da média europeia – 77%. À semelhança de 2025, Alemanha e Bélgica são os países onde há menos pessoas a planejar férias de verão, com apenas 70% e 72%, respetivamente, da população a considerar essa possibilidade.

## **PORTUGAL ENTRE OS PAÍSES QUE MAIS USAM INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NO PLANEAMENTO DE FÉRIAS**

Outro destaque desta edição é o crescimento do uso de ferramentas de Inteligência Artificial no planeamento de férias. Portugal posiciona-se entre os países europeus que mais usam a ferramenta (27%) um crescimento de 11% face a 2025. Embora, tal como no resto da Europa, ainda exista uma forte preferência pelo apoio humano.

Para os inquiridos portugueses, as ferramentas de IA são especialmente procuradas para planejar a viagem – encontrar sugestões de rotas, locais a visitar e atividades (96%), descobrir experiências e atrações no destino (94%), ajuda na escolha de destino (87%). Já o acesso rápido à informação, a possibilidade de ter um itinerário personalizado e acesso a melhores ofertas e preços competitivos, são os principais benefícios destacados aquando do uso da IA, 54%, 50% e 48%, respetivamente.

Uma tendência também visível por toda a Europa é o uso de agências de viagem online, como o Booking.com, para o planeamento e reserva de viagens – Europa: 35%, Portugal: 34%.

A maioria dos portugueses planeia a viagem com 2 a 4 meses de antecedência (28%), com foco na procura de melhores ofertas e o meio de transporte predominante continua a ser o avião (52%). Na escolha de alojamento, os Hotéis continuam a ser os mais procurados (51%).

## **SUSTENTABILIDADE CONTINUA A SER UMA PRÁTICA DOS PORTUGUESES**

Desde 2024 que os portugueses têm vindo a revelar-se como dos mais empenhados, a nível europeu, em contribuir para a diminuição dos impactos ambientais, económicos e sociais das suas viagens. A seguir vem Itália e Espanha. Este ano, Portugal é mesmo o país que revela (91%) maior intenção de adotar comportamentos responsáveis para não desperdiçar recursos locais.



## AS INTENÇÕES DE VIAJAR CONTINUAM FORTES E INALTERADAS, MESMO QUE AS CONSIDERAÇÕES DE SEGURANÇA INFLUENCIEM CADA VEZ MAIS AS DECISÕES

«Com base nos níveis recorde observados no ano passado, o desejo de viajar continua forte e inalterado, apesar das escolhas mais difíceis e do custo de vida continuar a ser uma das principais preocupações a nível global. O que está a mudar, no entanto, é o próprio panorama das viagens. As considerações de segurança têm um peso cada vez maior na escolha dos destinos, com as decisões a serem cada vez mais moldadas por considerações de risco. Ao mesmo tempo, a inteligência artificial é agora uma verdadeira ferramenta de planeamento para uma parcela crescente de viajantes em todo o mundo, demonstrando um rápido impulso, particularmente nos mercados emergentes e de alto crescimento», afirma **Virginie Babinet, CEO de Seguros de Viagem e Assistência da Europ Assistance.**

- Até 8 em cada 10 inquiridos a nível mundial afirmam estar entusiasmados com a ideia de viajar este ano. Após os níveis recorde do ano passado, as intenções de viajar estabilizaram-se num nível elevado em 2026, mantendo-se bem acima dos observados em 2022 e 2023.
- Isto confirma que o pico atingido no ano passado se mantém firme, apesar de um contexto geopolítico global instável e apesar de o custo de vida continuar a ser uma das principais preocupações globais, com quase metade dos viajantes europeus a planear aumentar o seu orçamento para férias em comparação com o ano passado.
- No entanto, uma nova realidade está a tomar forma na tomada de decisões de viagem. Na Europa, 30% dos inquiridos citam a segurança entre as razões para escolher um destino. A segurança tornou-se agora o principal critério de escolha de destino na América do Norte (32%) e no Norte da Ásia (37%).
- Os Emirados Árabes Unidos entram no top 5 dos destinos a que os viajantes poderiam renunciar devido ao clima político. A Ásia está a perder terreno como região de destino entre os europeus, sendo agora citada por apenas 7% dos inquiridos, uma descida de 8 pontos, e a mesma tendência é visível na América do Norte, com 11%, uma descida de 12 pontos. Estes desenvolvimentos refletem muito provavelmente o impacto direto das tensões no Médio Oriente, particularmente o conflito no Irão, bem como as perturbações que afetam vários grandes hubs aeroportuários do Golfo.

## A ASCENÇÃO DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

A Inteligência artificial está a atingir um novo patamar no planeamento de viagens, com a adoção a acelerar em todos os mercados, confirmando o papel crescente no planeamento de viagens a nível global.

- Na Índia, cerca de sete em cada dez inquiridos afirma já ter utilizado IA para preparar uma viagem (69% contra 51% em 2025); nos Emirados Árabes Unidos, 60% (contra 46%); na Malásia 54% (contra 37%) e na Arábia Saudita 54% (contra 40%), mas os níveis são significativamente mais baixos



na Europa (24% contra 16% em 2025) e na América do Norte (24% contra 19% em 2025)

- Esta dinâmica é também visível nas utilizações futuras: 79% dos inquiridos na Índia e 70% no Médio Oriente afirmam que considerariam confiar exclusivamente na IA para planear as suas viagens, em comparação com apenas 26% na Europa Ocidental e 27% na Oceânia.

**Metodologia:**

O 25.º Barómetro Anual de Férias de Verão da Europ Assistance foi realizado pela Ipsos, através de um inquérito online a 26 000 indivíduos (amostras nacionais representativas de 1.000 pessoas por país) na **Europa** (Alemanha, Itália, França, Áustria, Bélgica, Espanha, Polónia, Portugal, Chéquia, Suíça e Reino Unido), na **Ásia** (Índia, Singapura, Malásia, Hong Kong, Japão e Coreia do Sul), na **Oceânia** (Austrália e Nova Zelândia), na **América** (EUA, Canadá, México, Argentina e Brasil) e no **Médio Oriente e Norte de África** (Arábia Saudita e Emirados Árabes Unidos). A pesquisa foi realizada entre 27 de fevereiro e 07 de abril e tem como objetivo investigar os planos de férias e as preferências de viagem dos consumidores.

**SOBRE O GRUPO DE ASSISTÊNCIA EUROP**

Fundado em 1963, o Grupo Europ Assistance tem sido pioneiro em serviços de assistência, apoiando clientes em mais de 200 países e territórios por meio da sua rede de 750.000 parceiros e 57 subsidiárias e filiais.

Há 32 anos em Portugal, a Europ Assistance (empresa do Grupo Generali), tem uma oferta abrangente de soluções nas áreas automóvel, viagem, saúde, casa e família e serviços de concierge.

A sua missão – You Live We Care – é cuidar de quem confia em si e estar ao lado dos Clientes em todas as situações que envolvam a necessidade de assistência, a qualquer hora e em qualquer lugar.

