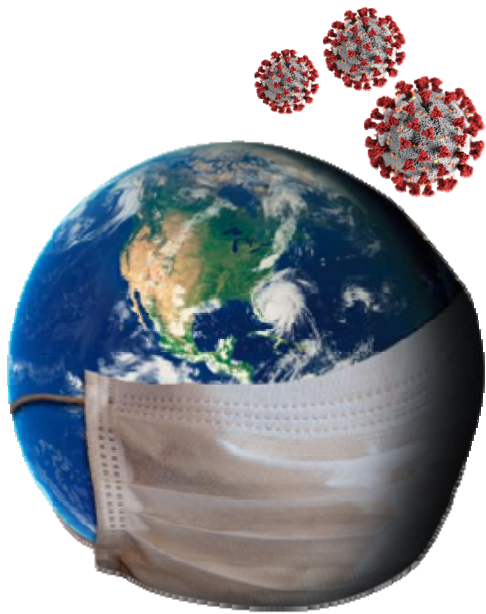




Pedro Costa Ferreira



Tomar, 8 de junho



→ O que mudou e veio para ficar

→ Perspetivas para o futuro



O que mudou e veio para ficar

Raramente há alterações na oferta



Há, sim, alterações na procura, às quais a oferta reage

O que mudou e veio para ficar



Procura: Há uma era pré-Covid e outra pós-Covid?



Interrupção do encontro físico entre procura e oferta



Sempre afirmámos que no pós-Covid teríamos um regresso imediato da procura, uma capacidade acrescida para consumir



O que mudou e veio para ficar

É o que está a acontecer!





O que mudou e veio para ficar

Na verdade... é mais assim...





O que mudou e veio para ficar

O que é novo, nas principais
tendências de consumo?



Quase nada é novo.
O que é novo não é
significativo



Turismo, experiência activa

Natureza

Autenticidade

Corporate + Lazer

+ Viagens / - Duração (fenómeno
City-breaks / AL)

Sustentabilidade

Nómadas Digitais

Mesmas Tendências – Mais Velocidade



O que mudou e veio para ficar

Mais ainda... Diversidade é mais definidora do que qualquer tendência

+ jovens a fazer City-Breaks



+ seniores a reservar estadas de longa duração





O que mudou e veio para ficar

Mais ainda... Diversidade é mais definidora do que qualquer tendência

+ jovens a fazer City-Breaks

+ turistas à procura de lugares com menos turistas



+ seniores a reservar estadas de longa duração

Indústria de cruzeiros cresce, cresce, cresce...





O que mudou e veio para ficar

Mais ainda... Diversidade é mais definidora do que qualquer tendência

+ jovens a fazer City-Breaks

+ turistas à procura de lugares com menos turistas

+ turismo em jactos privados



+ seniores a reservar estadas de longa duração

Indústria de cruzeiros cresce, cresce, cresce...

+ operações charter / low cost





O que mudou e veio para ficar

Mais ainda... Diversidade é mais definidora do que qualquer tendência

+ jovens a fazer City-Breaks

+ seniores a reservar estadas de longa duração

+ turistas à procura de lugares com menos turistas

Indústria de cruzeiros cresce, cresce, cresce...

+ turismo em jactos privados

+ operações charter / low cost

Independentemente das tendências, há oportunidades em todos os segmentos de mercado



Perspetivas futuras – Agências de Viagens

Especializar é provavelmente fundamental

não há boas nem más especializações, há oportunidades em todo o lado

Acompanhamento do cliente ao longo de toda a jornada de consumo

Estabelecimento de parcerias (atomização --> relevância)

→ Ao longo da cadeia de valor
→ Com stakeholders

Digitalização

+ Serviço



Velocidade de processos
Intervenção

+ rápida, + longe, +efetiva

Sustentabilidade

→ Não é uma oportunidade, é uma exigência do consumidor



O que mudou e veio para ficar

Alterou pouco

Acentuou muito

Perspetivas futuras – Agências de Viagens

Agências de Viagens → + oportunidades

+ Credibilidade

+ Visibilidade

Novos Clientes



Obrigado!

Pedro Costa Ferreira

