



PERFIL DOS TURISTAS DO PORTO E NORTE DE PORTUGAL – 2º TRIMESTRE DE 2010



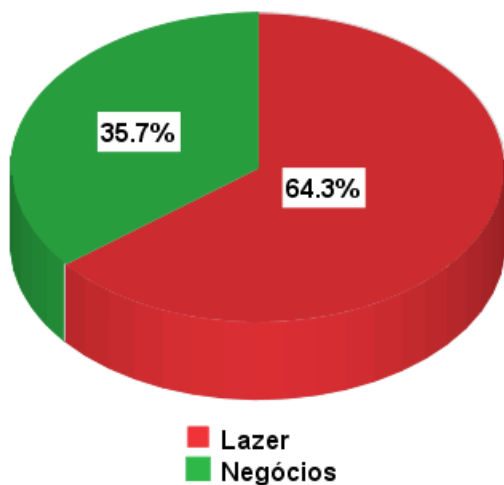
PERFIL DOS TURISTAS DO PORTO E NORTE DE PORTUGAL – 2º TRIMESTRE DE 2010

O Instituto de Planeamento e Desenvolvimento do Turismo (IPDT), em parceria com a Entidade Regional de Turismo do Porto e Norte de Portugal (ERTPNP) e Aeroporto Sá Carneiro, realizou um estudo sobre o perfil dos turistas que visitam o Porto e/ou o Norte de Portugal e que deixam este destino via Aeroporto do Porto. Os dados foram recolhidos no 2º trimestre de 2010, utilizando um inquérito por entrevista pessoal, aplicado na sala de embarque do Aeroporto Francisco Sá Carneiro. Os inquiridos foram seleccionados por conveniência enquanto esperavam pelo voo. Os sujeitos foram pré-qualificados antes de responder ao questionário, eliminando-se os Residentes e Passageiros em Trânsito. Os turistas foram subdivididos em dois grupos, os que vinham em Lazer e os que vinham em Negócios/Trabalho. Obtiveram-se 400 e 222 questionários para visitantes em Lazer e Negócios, respectivamente. Apresentam-se de seguida os resultados obtidos para estes segmentos.



PERFIL DOS TURISTAS DO PORTO E NORTE DE PORTUGAL – 2º TRIMESTRE DE 2010

Motivo visita

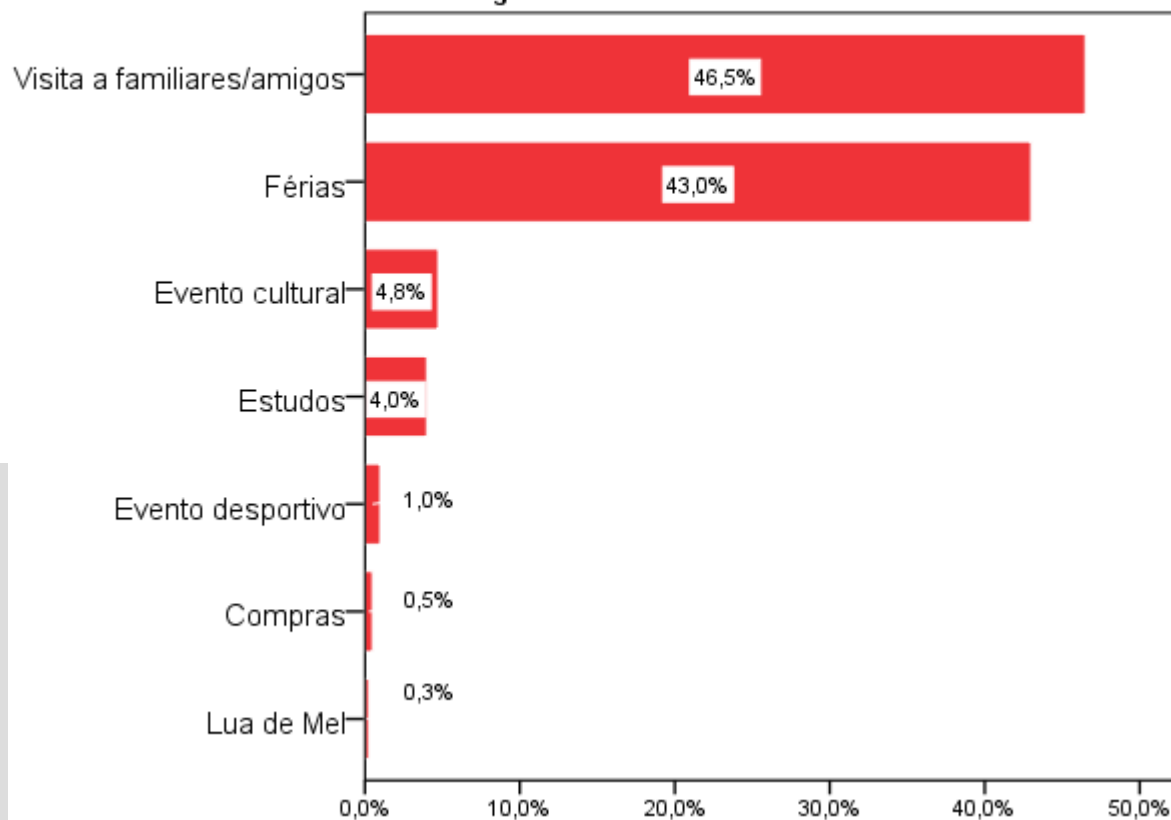


Tal como nos resultados do 1º trimestre, obteve-se uma preponderância de turistas que visitam o PNP em Lazer. No entanto, a quota destes turistas aumenta do 1º trimestre (57,5%) para o 2º trimestre (64,3%), com a conseqüente redução no segmento em negócios.

Neste trimestre obtém-se como principais motivos para o segmento Lazer a Visita familiares/amigos e depois Férias, ao contrário do que se observou no 1º trimestre.

Motivo da viagem

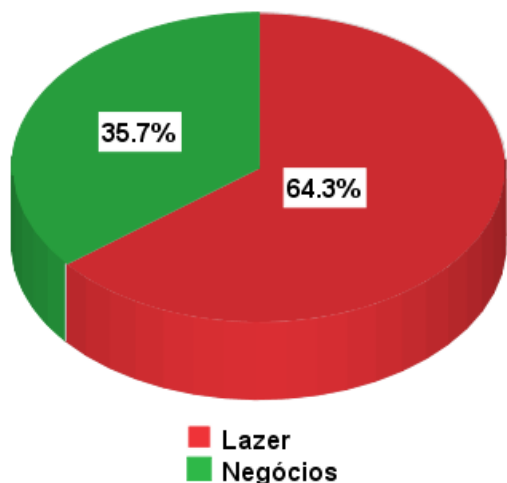
Segmento: Lazer





PERFIL DOS TURISTAS DO PORTO E NORTE DE PORTUGAL – 2º TRIMESTRE DE 2010

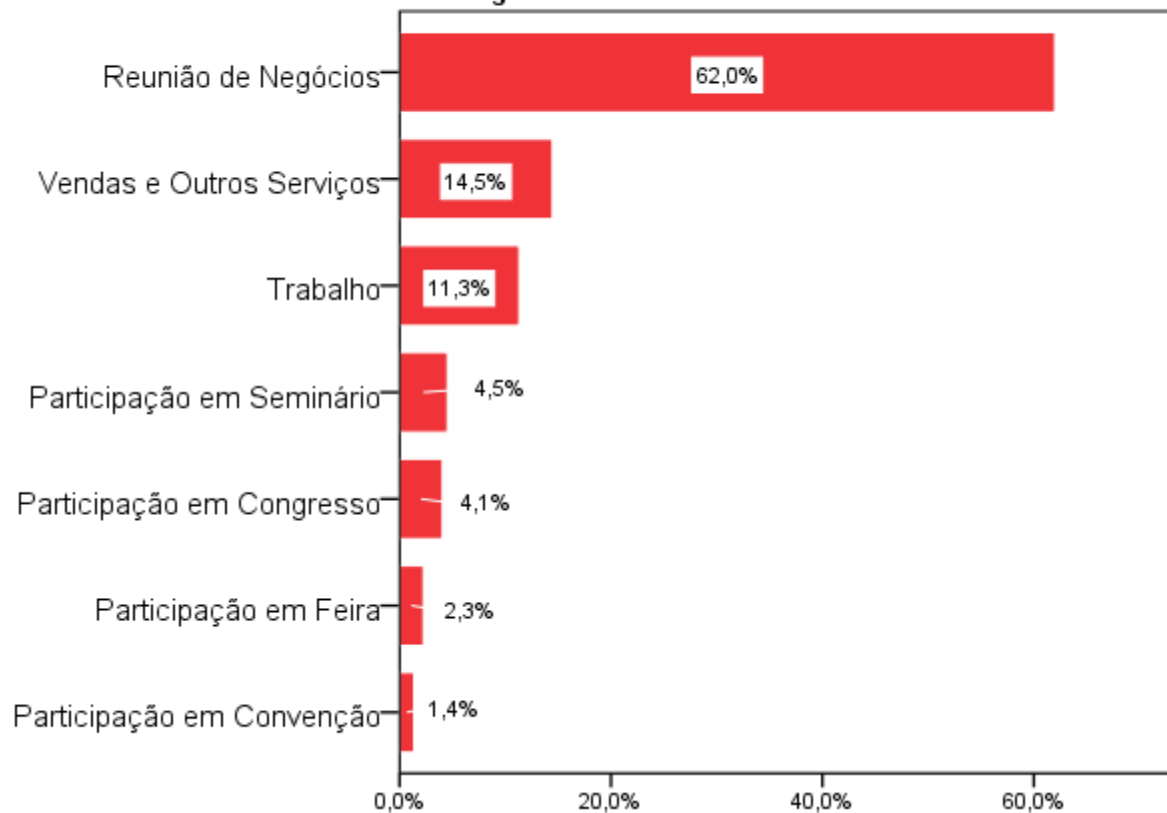
Motivo visita



Para o segmento em Negócios o principal motivo continua a ser as reuniões de negócios com um valor de 62%, praticamente igual ao do 1º trimestre (65,8%). Para os restantes motivos observa-se também uma tendência semelhante nos dois trimestres.

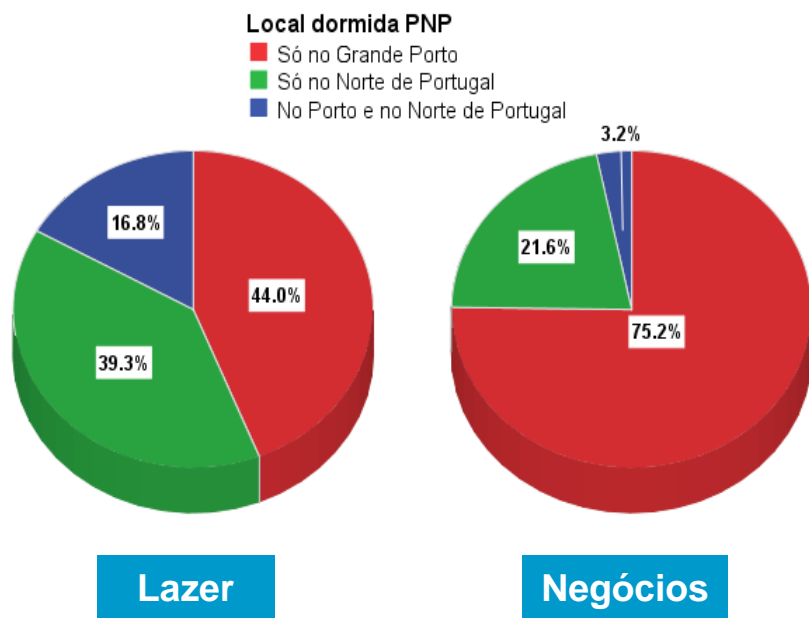
Motivo da viagem

Segmento: Lazer

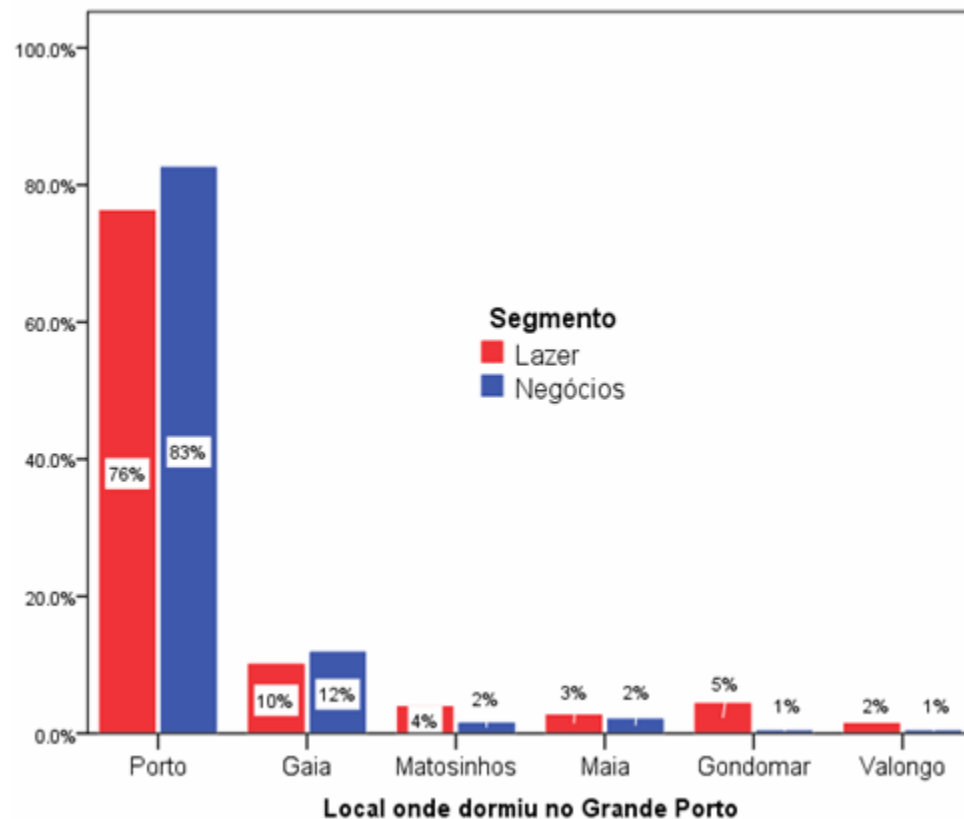




PERFIL DOS TURISTAS DO PORTO E NORTE DE PORTUGAL – 2º TRIMESTRE DE 2010



Relativamente à região onde dormiram observa-se uma tendência semelhante entre os dois trimestres, apesar de no segmento Lazer aumentar no 2º trimestre a percentagem de dormidas no Norte de Portugal em relação ao Porto, observando-se uma tendência contrária no grupo que vem em Negócios.



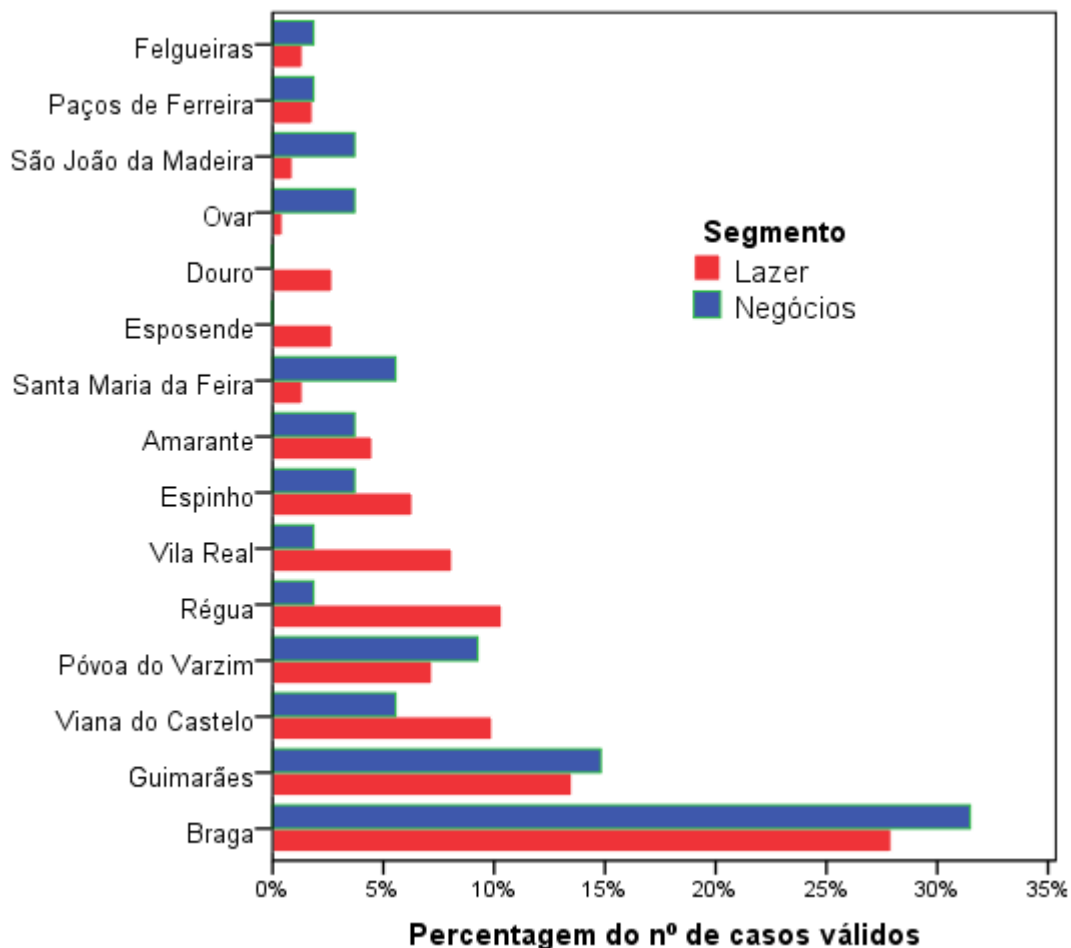
Quanto ao Concelho onde dormiram observa-se também uma tendência semelhante entre os dois trimestres, apesar de no segmento Lazer se notar uma redução da incidência de dormida no Porto e uma maior dispersão pelos restantes Concelhos.



PERFIL DOS TURISTAS DO PORTO E NORTE DE PORTUGAL – 2º TRIMESTRE DE 2010

Local onde dormiu no Norte de Portugal – TOP 15

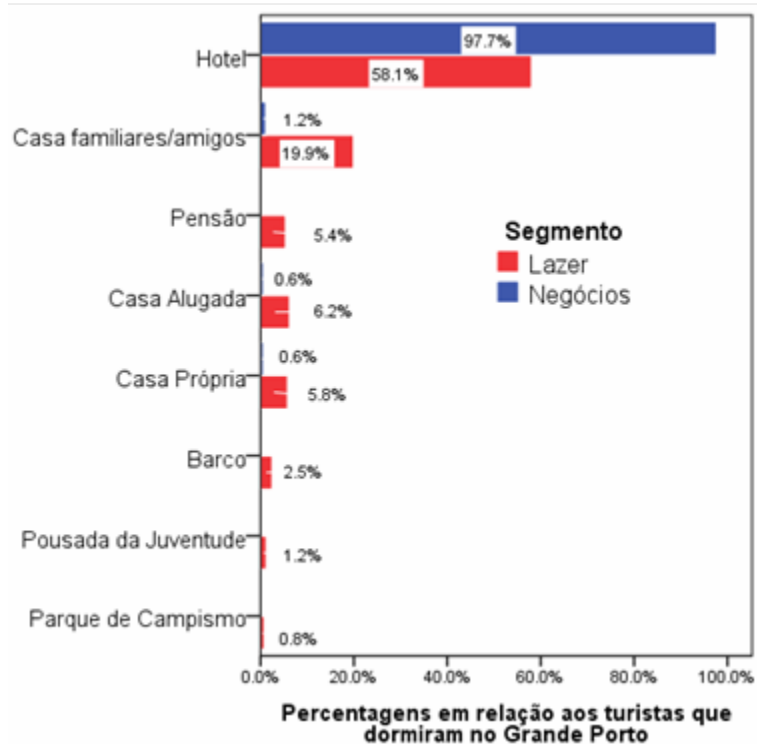
Neste trimestre os locais com maior incidência de dormida no Norte de Portugal, tal como no 1º trimestre, são Braga, Guimarães, Viana do Castelo e Póvoa do Varzim, Vila Real e Espinho. No entanto, observam-se algumas diferenças, sendo de destacar a elevada referência à Régua e ao Douro no segmento Lazer, havendo ainda alguns destes turistas (3%) que fazem referência a outros concelhos desta região como Pinhão, Lamego e Miranda do Douro. Nos turistas em Negócios, destacam-se Santa Maria da Feira, Ovar e S. João Madeira, quando comparados com o grupo em Lazer.





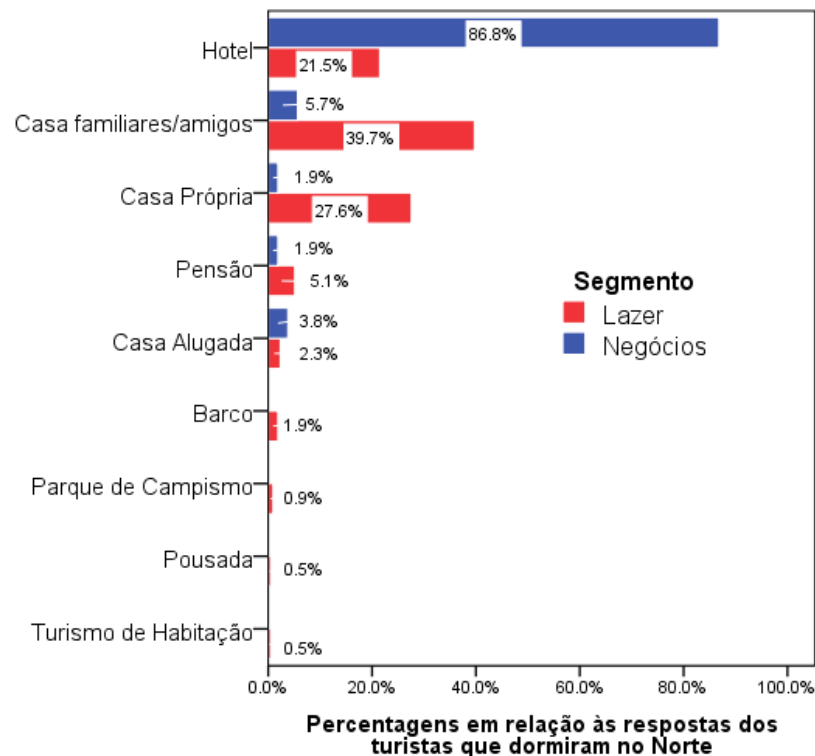
PERFIL DOS TURISTAS DO PORTO E NORTE DE PORTUGAL – 2º TRIMESTRE DE 2010

Alojamento onde dormiu no Grande Porto



Os resultados são idênticos aos do 1º trimestre, verificando-se que os turistas em Negócios ficam quase exclusivamente em Hotéis e que os turistas em Lazer apesar de preferirem os Hotéis, utilizam também outros tipos de alojamento.

Alojamento onde dormiu no Norte



Os resultados são também semelhantes ao 1º trimestre, ficando os turistas em Negócios alojados em Hotéis e os turistas em Lazer em Casa de Familiares e Amigos, Casa Própria e Hotéis.



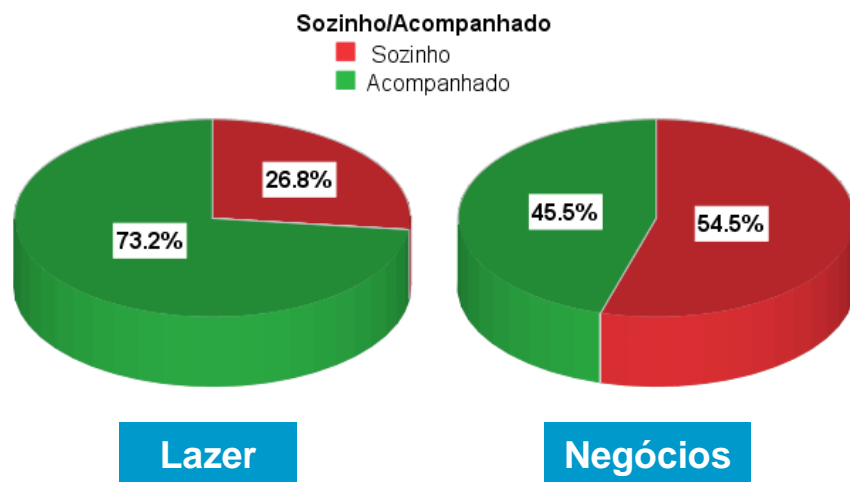
PERFIL DOS TURISTAS DO PORTO E NORTE DE PORTUGAL – 2º TRIMESTRE DE 2010

Média do nº de noites de visita ao PNP

Alojamento	Lazer		Negócios	
	Grande Porto	Norte Portugal	Grande Porto	Norte Portugal
Hotel	3,68	4,41	2,15	3,56
Casa de familiares/amigos	7,03	7,64	---	---
Pensão	3,46	---	---	---
Total	5,99	7,52	2,16	4,57

Os tempos de estada média são de um modo geral menores que os obtidos para o 1º trimestre, no entanto esta tendência não se mantém quando se compara os valores obtidos para os turistas em Lazer que ficam em Hotéis do Norte de Portugal. Assim, verifica-se que para este caso a estada média aumenta de 3,18 noites no 1º trimestre, para 4,41 noites no 2º trimestre.

PERFIL DOS TURISTAS DO PORTO E NORTE DE PORTUGAL – 2º TRIMESTRE DE 2010



Nº de elementos grupo

Nº elementos	Lazer	Negócios	Global
1 (Sozinho)	28,0%	55,3%	38,0%
2	42,1%	24,0%	35,5%
3	8,2%	12,4%	9,7%
4	12,7%	0,9%	8,4%
5	2,9%	3,2%	3,0%
6 ou mais	6,1%	4,1%	0,8%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

Não responderam 20 inquiridos

Observa-se, em relação ao primeiro trimestre, que o segmento em Lazer viajou mais acompanhado (64,5% no 1º trimestre e 73,2% no 2º trimestre), o mesmo acontecendo para o grupo em Negócios (40,3% contra 45,5%).

Esta tendência é também notória no nº de elementos do grupo, observando-se menores percentagens no grupo Sozinho e um aumento das percentagens para grupos com dimensão de 2 a 4. Regista-se também uma pequena redução na percentagem de grupos maiores contendo 5 ou mais turistas.



PERFIL DOS TURISTAS DO PORTO E NORTE DE PORTUGAL – 2º TRIMESTRE DE 2010

Média da dimensão do grupo em Lazer

Motivo	Média nº elementos
Férias	3,44
Visita a familiares/amigos	2,20
Estudos	1,86
Evento cultural	2,76
Total	2,83

Média da dimensão do grupo em Negócios

Motivo	Média nº elementos
Reunião de Negócios	2,22
Vendas e Outros Serviços	4,06
Trabalho	1,84
Participação em Congresso	1,13
Total	2,38

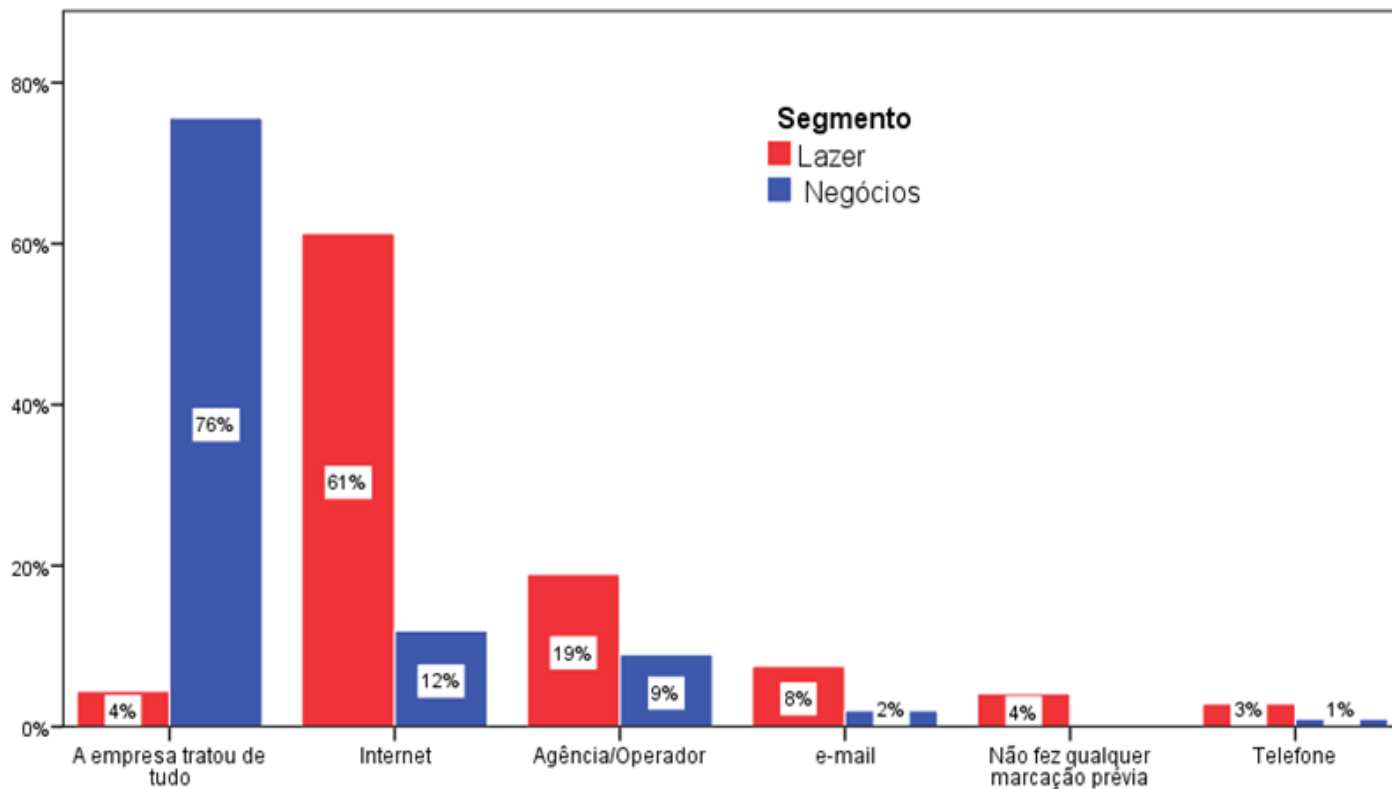
Relativamente à dimensão média do grupo as tendências anteriores reflectem-se nos valores obtidos para este indicador, observando-se em termos globais um aumento na média de elementos do grupo do 1º para o 2º trimestre nos dois segmentos. No entanto, se atendermos ao motivo da visita obtemos para os que vêm em Negócios um comportamento diferente, já que valor obtido para o 2º trimestre nas Reuniões de Negócios (2,22) é ligeiramente inferior ao obtido no 1º trimestre (2,31); pelo contrário no grupo Vendas e Serviços a dimensão média aumenta de 1,58 para 4,06.



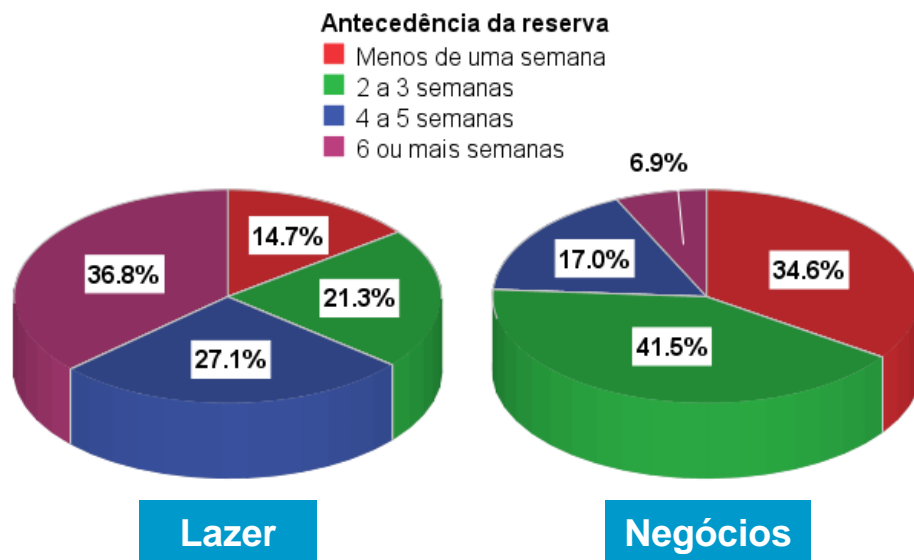
PERFIL DOS TURISTAS DO PORTO E NORTE DE PORTUGAL – 2º TRIMESTRE DE 2010

Como organizou esta visita ao PNP

Quanto à forma de organização da visita os resultados apresentam a mesma tendência do 1º trimestre, observando-se que para o segmento em Negócios é a Empresa que trata de tudo (76%) e no grupo em Lazer utiliza-se preferencialmente a Internet (61%). De notar que a agência ou operador turístico apenas é utilizada por 19% dos turistas em Lazer.



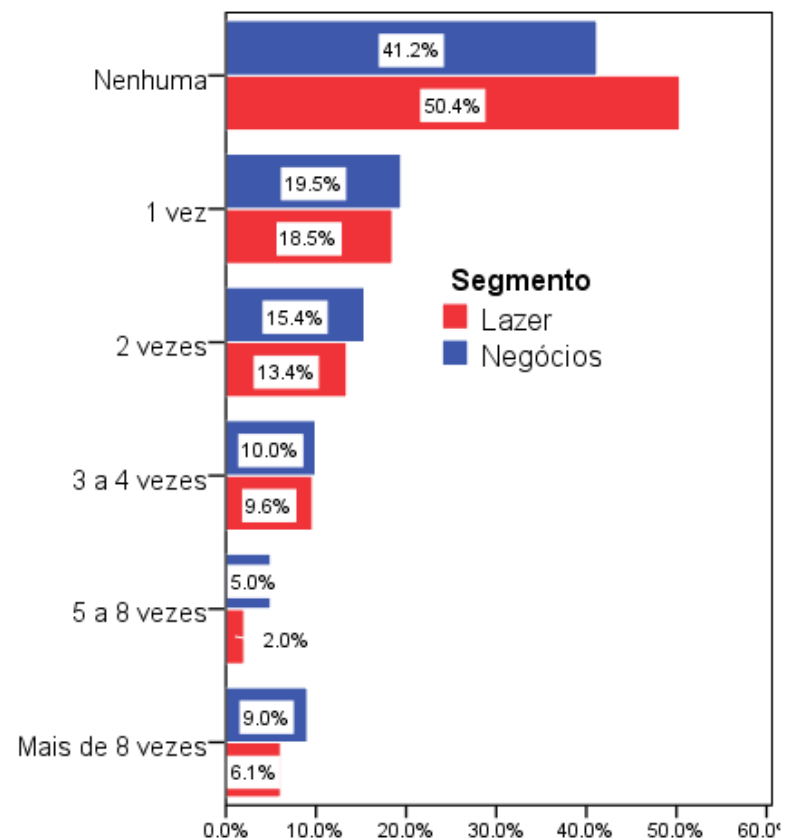
PERFIL DOS TURISTAS DO PORTO E NORTE DE PORTUGAL – 2º TRIMESTRE DE 2010



Relativamente à antecedência com que a reserva é efectuada observa-se uma tendência semelhante entre os dois trimestres com uma elevada % de marcações até 3 semanas, embora se verifique que no segmento Lazer a % de marcações com 6 ou mais semanas aumente do 1º para o 2º trimestre (28,3% para 36,8%), o mesmo se observando para as marcações com 4 a 5 semanas. Ou seja, existiu neste segmento uma maior preocupação com o planeamento antecipado da viagem.

Quanto à incidência de visita os resultados são semelhantes aos obtidos no 1º trimestre, embora no grupo em Lazer se observe um aumento dos turistas que vêm pela primeira vez (41,6% para 50,4%).

Nº visitas anteriores ao PNP



PERFIL DOS TURISTAS DO PORTO E NORTE DE PORTUGAL – 2º TRIMESTRE DE 2010

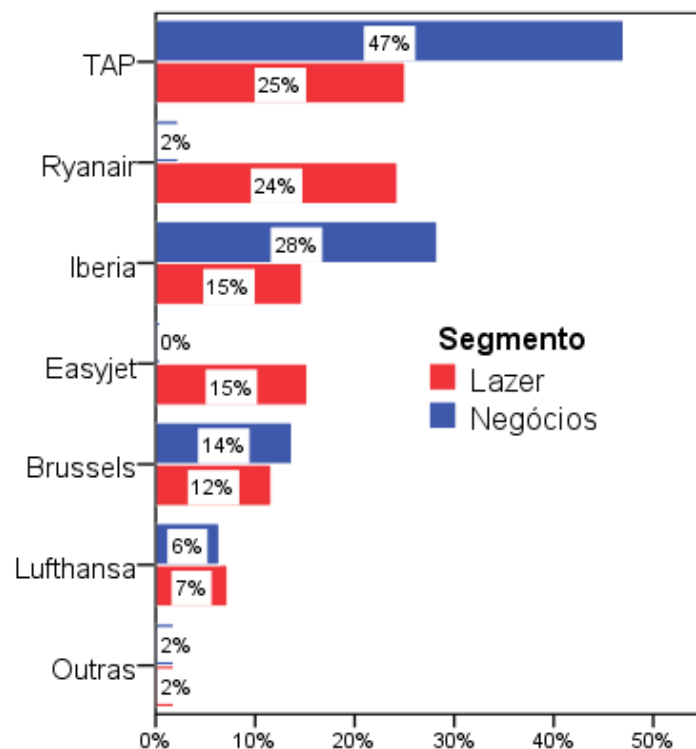
Gasto total nesta visita

Gasto	Segmento		Total
	Lazer	Negócios	
Até 100€	5,0%	15,0%	8,6%
101€ a 300€	14,3%	35,7%	22,0%
301€ a 500€	19,4%	18,8%	19,2%
501€ a 700€	19,6%	15,5%	18,1%
701€ a 1000€	15,4%	8,0%	12,7%
1001€ a 1500€	9,8%	5,2%	8,1%
1501€ a 2000€	4,8%	1,4%	3,6%
Mais de 2000€	11,7%	0,5%	7,6%
Total	100,0%	100,0%	100,0%
Gasto médio	799 €	421 €	663 €
Gasto mediano	539 €	299 €	501 €

Observa-se um aumento do gasto médio total do 1º para o 2º trimestre nos turistas em Lazer (670€ contra 799€), enquanto para o grupo em Negócios o valor é idênticos nos dois trimestres.

Em termos de companhia aérea, os turistas em Negócios viajaram essencialmente em companhias de bandeira (TAP, Lufthansa, Iberia), enquanto os visitantes em lazer utilizaram ambas as tipologias de transportadoras, com ligeira incidência para as *low-cost*.

Companhia aérea

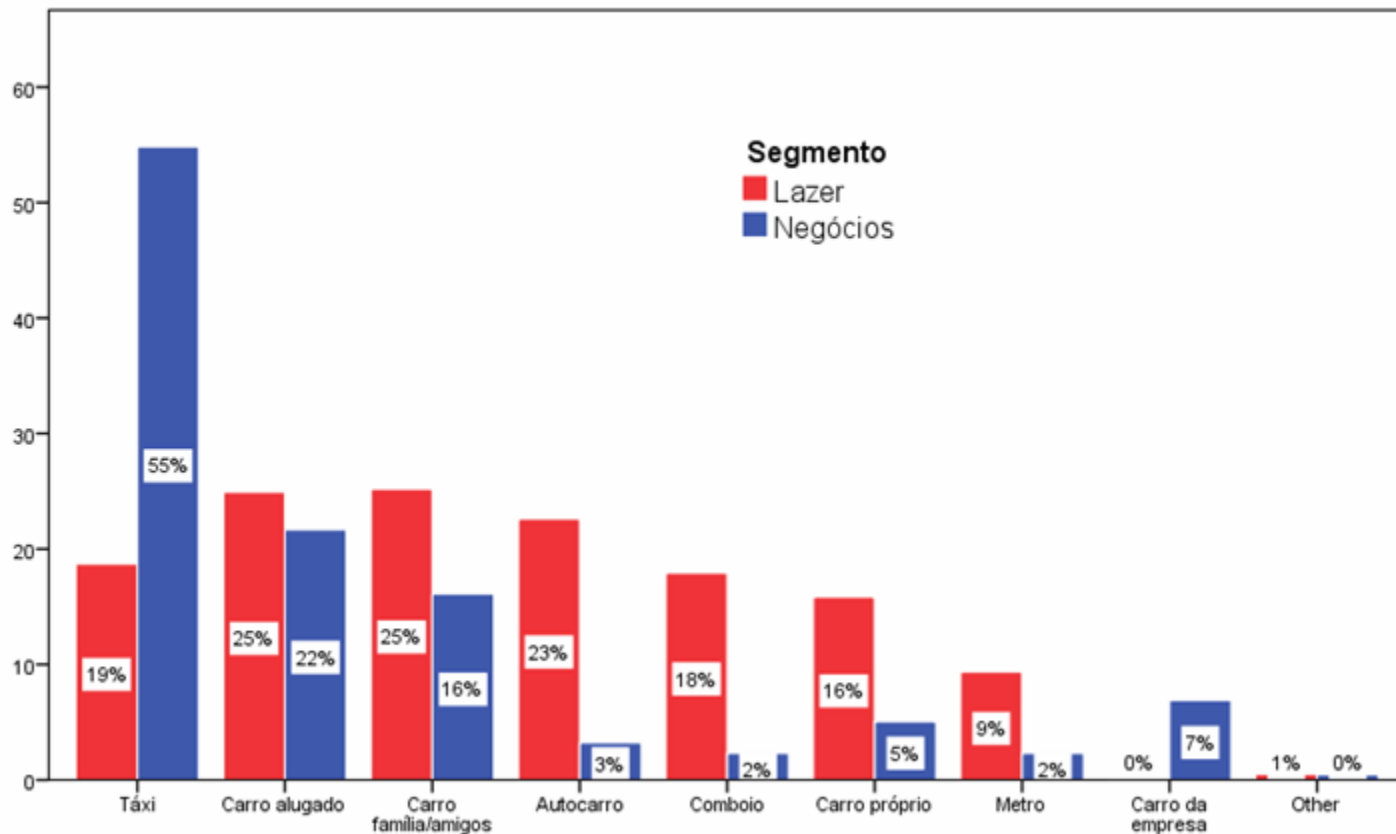




PERFIL DOS TURISTAS DO PORTO E NORTE DE PORTUGAL – 2º TRIMESTRE DE 2010

Meios de transporte de deslocação no PNP

Tal como no 1º trimestre, os turistas em Negócios deslocam-se no destino por táxi, carro alugado ou carro de familiares e amigos; já os que estão em Lazer usam comboio, autocarro e carro (alugado, familiares/amigos ou próprio).

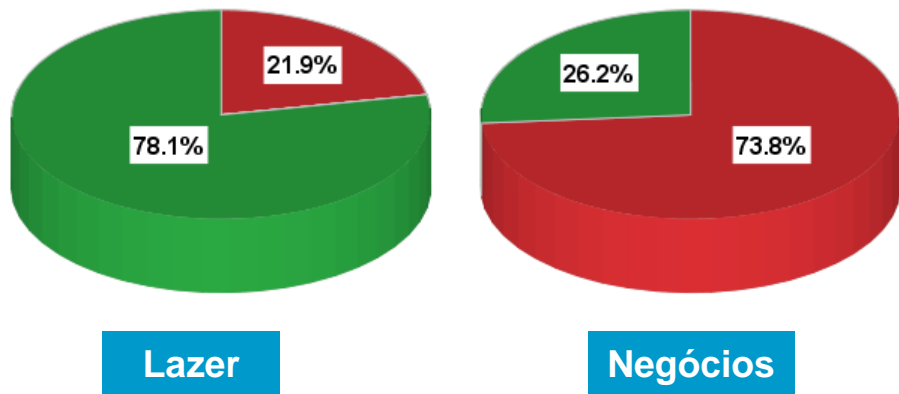




PERFIL DOS TURISTAS DO PORTO E NORTE DE PORTUGAL – 2º TRIMESTRE DE 2010

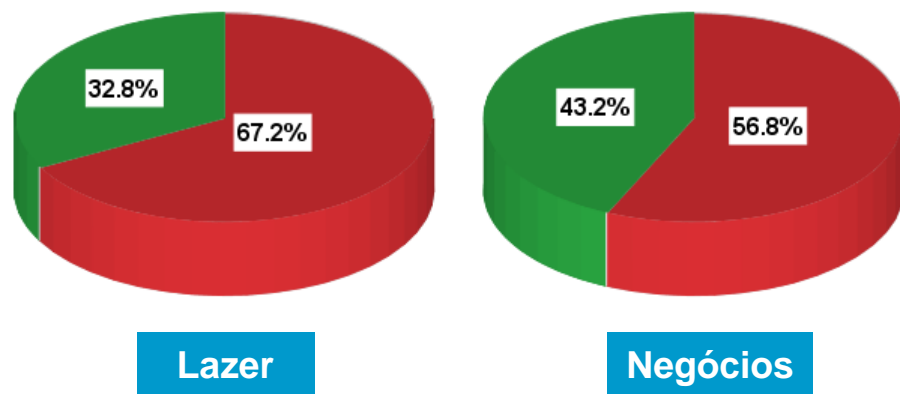
Planeia fazer viagens nos próximos 6 meses em negócios

■ Sim
■ Não



Planeia fazer viagens nos próximos 6 meses em Lazer

■ Sim
■ Não



Ambos os segmentos revelam na sua maioria intenção de fazer viagens nos próximos 6 meses, ou em Negócios ou em Lazer. A principal diferença em relação ao 1º trimestre, refere-se ao segmento em Negócios que declara uma menor intenção fazer viagens em Negócios nos próximos 6 meses (82,9% no 1º trimestre e 73,8% no 2º trimestre).



PERFIL DOS TURISTAS DO PORTO E NORTE DE PORTUGAL – 2º TRIMESTRE DE 2010

Actividades dos Turistas em Lazer

Actividades	% de casos
Fazer compras	76,2%
Experimantar a gastronomia	68,7%
Paisagem	65,0%
Visitar monumentos	57,8%
Ir para a praia	39,8%
Passeios de carro	38,5%
Visitar museus	34,5%
Compra de artesanato	32,6%
Visita às caves do Vinho do Porto	25,9%
Visitar Vale do Douro	24,3%
Desfrutar da vida nocturna	20,1%
Assistir a eventos culturais	18,2%
Cruzeiros de barco no Douro	14,7%
Circuitos organizados de autocarro	9,9%
Assistir a eventos deportivos	8,6%
Jogar Golfe	1,3%

Base de cálculo das percentagens: 374 respondentes

Actividades dos Turistas em Negócios

Actividades	% de casos
Passear pela cidade	61,8%
Descansar	54,9%
Conhecer a gastronomia	36,3%
Fazer compras	27,9%
Desfrutar património	27,9%
Visitar monumentos	13,7%
Desfrutar da vida nocturna	13,2%
Praticar desporto	12,3%
Efectuar rotas turísticas	12,3%
Visitar museus	8,3%
Ir a espectáculos	2,9%

Base de cálculo das percentagens: 204 respondentes



PERFIL DOS TURISTAS DO PORTO E NORTE DE PORTUGAL – 2º TRIMESTRE DE 2010

Mercados emissores

Os mercados emissores mais importantes continuam a ser os referidos no 1º trimestre, no entanto no segmento Lazer há uma alteração significativa da posição desses mercados. Assim, a Bélgica aparece com o mercado com mais turistas, seguida da França e Suíça. O mercado Belga e Suíço apresenta por isso aumentos significativos no 2º trimestre. Pelo contrário, regista-se uma queda dos mercados Brasileiro e Italiano.

No segmento de Negócios a ordem e quotas obtidas são semelhantes às do 1º trimestre, destacando-se a Espanha, seguida da Bélgica, Alemanha, Holanda, Itália e Inglaterra.

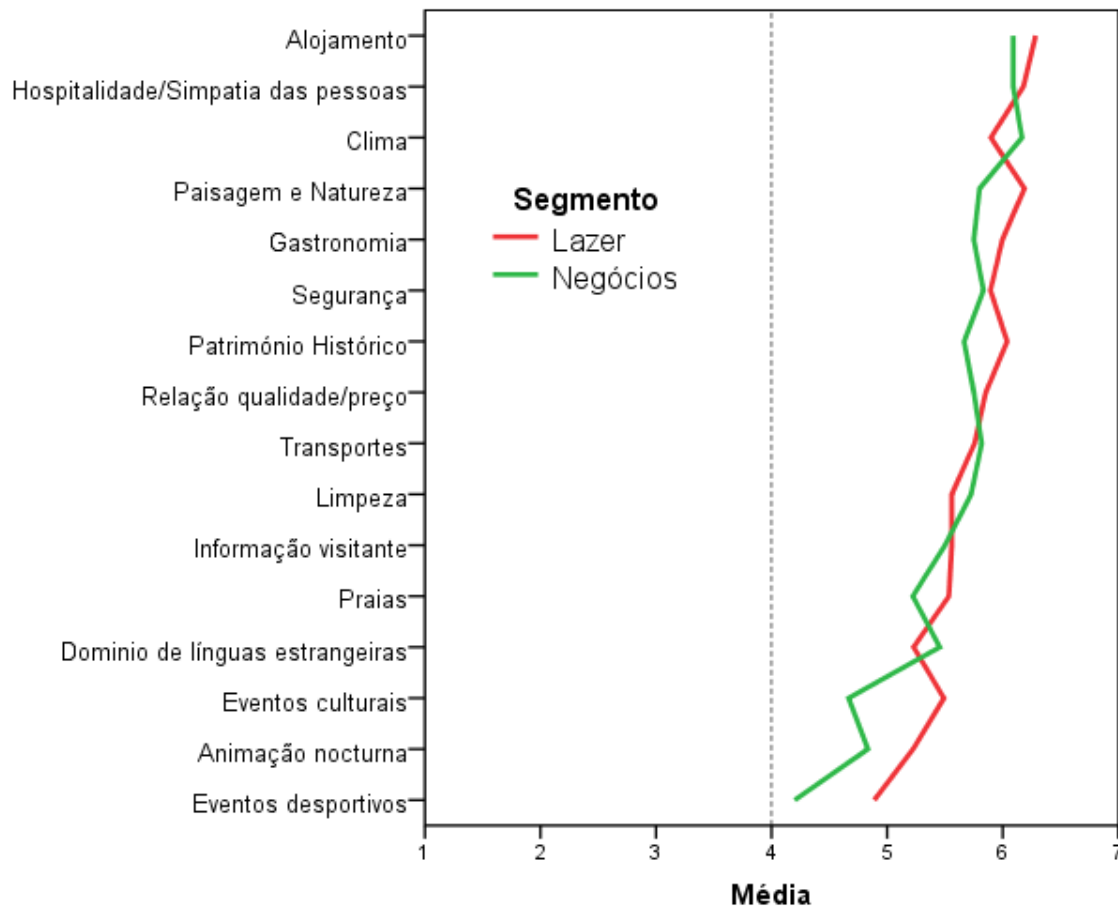
Mercado	Lazer	Negócios	Global
Bélgica	28,5%	18,6%	24,9%
França	16,5%	1,8%	11,2%
Suíça	9,4%	0,0%	6,0%
Espanha	7,9%	40,7%	19,7%
Alemanha	7,9%	10,9%	9,0%
Holanda	5,6%	7,2%	6,2%
Brasil	4,3%	0,5%	2,9%
EUA	4,1%	0,9%	2,9%
Luxemburgo	3,8%	0,0%	2,4%
Inglaterra	1,5%	4,1%	2,4%
Itália	1,5%	5,9%	3,1%
Canadá	1,3%	0,9%	1,1%
Grécia	1,3%	0,5%	1,0%
Outros	6,4%	8,1%	7,0%



PERFIL DOS TURISTAS DO PORTO E NORTE DE PORTUGAL – 2º TRIMESTRE DE 2010

Satisfação com esta visita ao PNP Escala de 1 (Muito insatisfeito) a 7 (Muito satisfeito)

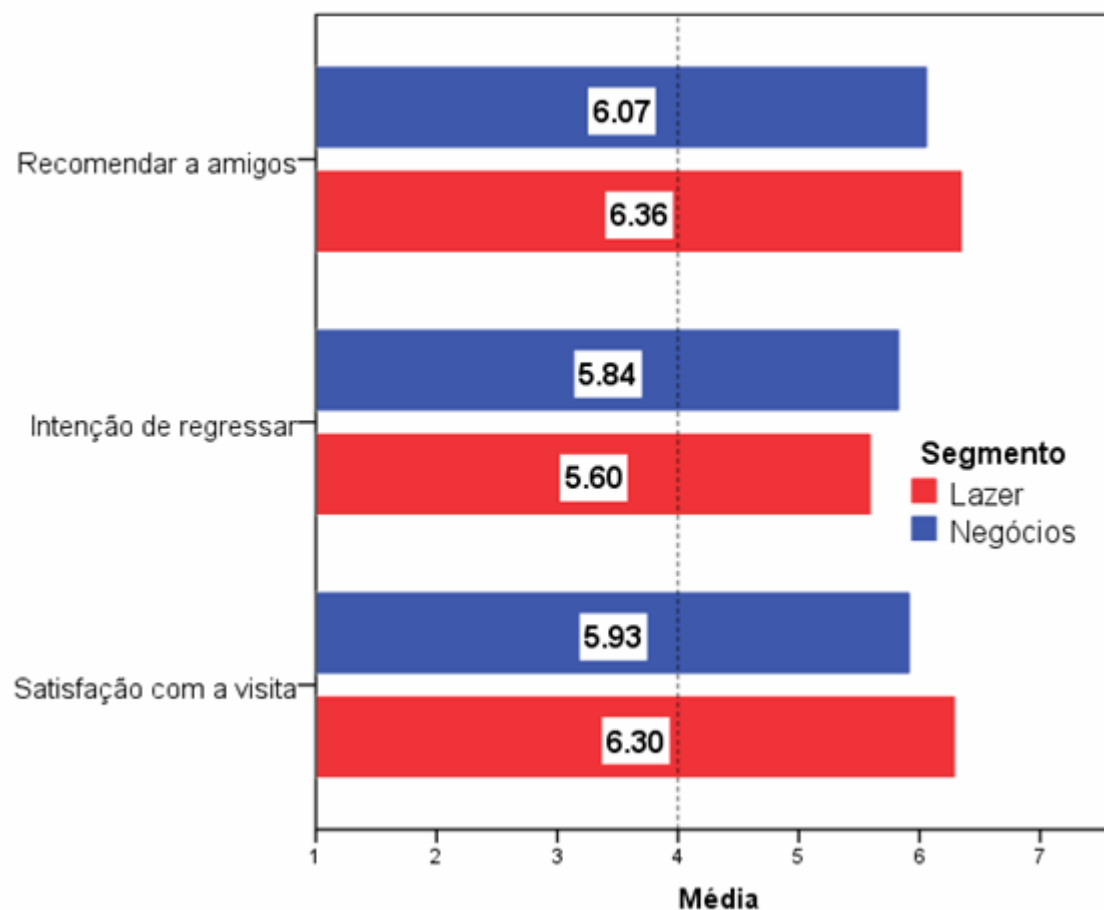
Os turistas estão globalmente satisfeitos com os diferentes atributos do destino, destacando-se neste 2º trimestre a avaliação do Clima que apresenta uma evolução bastante positiva em relação ao 1º trimestre



PERFIL DOS TURISTAS DO PORTO E NORTE DE PORTUGAL – 2º TRIMESTRE DE 2010

Intenção de recomendar, regressar e satisfação global (Escala de 1 a 7)

Os turistas estão globalmente satisfeitos, apresentam intenção de recomendar e de regressar. Os indicadores de satisfação e recomendação apresentam valores semelhantes aos do 1º trimestre, no entanto para a intenção de regressar observa-se uma redução nos valores obtidos. Este resultado traduz a dificuldade que um destino apresenta para fidelizar os turistas.





PERFIL DOS TURISTAS DO PORTO E NORTE DE PORTUGAL – 2º TRIMESTRE DE 2010

Motivos de escolha do PNP pelos turistas em Lazer/Férias

Tal como no 1º trimestre, os motivos principais de escolha do PNP são o alojamento, o património, a localização, a beleza natural, o clima e o preço.

Motivos	Nº respostas	% casos
Alojamento	114	30,2%
Património	101	26,7%
Localização	88	23,3%
Beleza natural	61	16,1%
Clima	51	13,5%
Preço	45	11,9%
Família	42	11,1%
Gastronomia	39	10,3%
Cultura	28	7,4%
Vale do Douro	19	5,0%
Segurança	15	4,0%
Amigos moram cá	13	3,4%
Estudos	9	2,4%
Vinho Porto	7	1,9%
Vida nocturna	5	1,3%
Compras	3	0,8%
Outros	21	5,6%

Base de cálculo das percentagens: 378 respondentes

PERFIL DOS TURISTAS DO PORTO E NORTE DE PORTUGAL – 2º TRIMESTRE DE 2010

Variável	Categorias	Lazer	Negócios
Género	Masculino	45,4%	79,2%
	Feminino	54,6%	20,8%
Estado Civil	Casado	58,5%	63,8%
	Solteiro	26,6%	24,9%
	Divorciado	5,1%	5,0%
	Viúvo	2,5%	0,0%
	União de facto	7,3%	6,3%
Idade	18 ou menos anos	1,8%	0,5%
	19 a 25 anos	14,7%	3,6%
	26 a 30 anos	13,9%	12,2%
	31 a 40 anos	20,8%	29,0%
	41 a 50 anos	15,2%	34,8%
	51 a 60 anos	19,7%	17,2%
	61 a 70 anos	11,1%	2,7%
	Mais de 70 anos	2,8%	0,0%
	Idade média	41,7 anos	41,3 anos

PERFIL DOS TURISTAS DO PORTO E NORTE DE PORTUGAL – 2º TRIMESTRE DE 2010

Variável	Categorias	Lazer	Negócios
Condição perante o trabalho	Activo	72,9%	98,2%
	Estudante	11,4%	0,5%
	Reformado	13,4%	0,0%
	Desempregado	1,0%	0,5%
	Activo e Estudante	1,3%	0,9%
Habilitações	Ensino básico	12,5%	2,8%
	Ensino secundário	26,0%	7,4%
	Ensino superior	37,5%	42,6%
	Mestrado/Doutoramento	24,0%	47,2%
Rendimento	Até 500€	3,5%	0,0%
	De 501€ a 1000€	9,3%	1,1%
	De 1001€ a 2000€	23,3%	10,1%
	De 2001€ a 3000€	21,4%	18,0%
	De 3001€ a 4000€	18,2%	23,3%
	De 4001€ a 5000€	9,9%	10,1%
	De 5001€ a 6000€	6,1%	11,1%
	De 6001€ a 7000€	1,6%	9,0%
	Mais de 7000€	6,7%	17,5%
	Média	2.996 €	4.388 €

Tal como no 1º trimestre, o perfil sócio-demográfico indica turistas de uma gama média-alta, casados, com níveis de rendimento elevado e habilitações superiores, em especial no grupo em Negócios; neste segmento predominam os homens, enquanto no grupo em Lazer os dois géneros estão igualmente distribuídos.