



UNIÃO EUROPEIA

Fundos Estruturais



***Análise de Benchmarking Madeira, Canárias e mercados concorrentes
relativamente às Brochuras dos Operadores Turísticos***

Apresentação Pública

AGENDA

Objectivos do projecto e metodologia utilizada

Amostra das Brochuras / Operadores Turísticos

Análise de Representatividade

Análise Qualitativa

Análise de *Packages* / Preços

Conclusões e Recomendações

Objectivos do projecto e metodologia utilizada

Amostra das Brochuras / Operadores Turísticos

Análise de Representatividade

Análise Qualitativa

Análise de *Packages* / Preços

Conclusões e Recomendações

O objectivo da neoturis foi o de...

... analisar, de forma sistematizada, o posicionamento dos destinos Madeira e Canárias nas brochuras dos principais operadores turísticos, no sentido de, através do conhecimento do posicionamento face à concorrência, aumentar a capacidade comercial da sua oferta e aferir a competitividade face à concorrência

... sendo essa informação dividida em três temáticas, complementares entre si e integradas no sentido de responder ao objectivo definido



Representatividade dos Destinos
face à concorrência

Imagem/Qualidade dos Destinos
face à concorrência

Oferta dos Destinos face à
concorrência

De acordo com os termos de referência, foi analisada a oferta dos destinos Madeira, Canárias e concorrentes em seis mercados emissores

Mercados Emissores

Portugal

Espanha

França

Alemanha

Reino Unido

Suécia



DESTINOS CONCORRENTES

Baleares, Costa del Sol,
Croácia, Grécia, Turquia,
Tunísia, Egipto, Marrocos

... permitindo essa estrutura a realização de três tipologias de análises individualizadas para os destinos Madeira e Canárias

Análise Representatividade	INVERNO 2003 / 2004	VERÃO 2004
Análise Qualitativa	INVERNO 2003 / 2004	VERÃO 2004
Análise Packages / Preços	INVERNO 2003 / 2004	VERÃO 2004

Objectivos do projecto e metodologia utilizada

Amostra das Brochuras / Operadores Turísticos

Análise de Representatividade

Análise Qualitativa

Análise de *Packages* / Preços

Conclusões e Recomendações

Amostra dos operadores turísticos em análise – Inverno 2003/2004

Dado tratarem-se de brochuras de duas épocas atrás (emitidas no início de 2003), experimentámos dificuldades na fase de recolha, tendo porém chegado a uma amostra robusta e representativa dos vários mercados:

Portugal	Espanha	França	Alemanha	Reino Unido	Suécia
MundoVip	El Corte Ingles – Novios	Allibert	Kuoni	Airtours	Always
Soltrópico		Croisitour	Mondial	Cadogan	Fritidsresor
Star	El Corte Inglés –Portugal,	Donatello	Golfreisen	Cresta	Solresor
Travelplan	Canárias, Baleares	Europauli	Neckermann	Mercury Direct	Ving
V. El Corte Inglês	Halcon Viajes	Fram	Olimar	Panorama	Viking World
	Olimar – Portugal	Iteneraire Passion	Tui Stars	Saga	
	Travelplan	Nouvelles Frontieres	Tui Ambiente & Flair	Style Holidays	
		Vacances Carrefour		Thomas Cook	

Amostra dos operadores turísticos em análise – Verão 2004

Com menor grau de dificuldade relativamente às brochuras de Inverno, foi possível recolher um volume também significativo nos diversos mercados, o qual permitiu uma análise detalhada do comportamento da Madeira e das Canárias face aos seus destinos concorrentes.

Portugal	Espanha	França	Alemanha	Reino Unido	Suécia
Air Luxor Tours	Atlantic Holidays	Donatello	Mainka	Airtours	Fritidsresor
Clube 1840	Olimar	Europauli	Neckermann	Cadogan	Solresor
Grantour	Travelplan	HMS	Olimar	Saga	Spies Resort
Iberojet	V. Abreu	Marsol	Phoenix	Thomas Cook	Tema
Nouvelles Frontieres	V. El Corte Ingles	Merilia	Tui	Thomson	Tjaereborgl
Marsans	Viajeros	Nouvelles Frontieres			Ving
MundoVip	Viva Tours	Tui France			
Soltrópico		Voyages Carrefour			
Soltour					
Star					
Travelplan					

Objectivos do projecto e metodologia utilizada

Amostra das Brochuras / Operadores Turísticos

Análise de Representatividade

Análise Qualitativa

Análise de *Packages* / Preços

Conclusões e Recomendações

Indicadores da análise



O estudo da representatividade dos destinos Madeira e Canárias face aos seus concorrentes, assenta na seguinte contabilização para cada brochura :

1. Número total de páginas por destino
2. Número total de páginas de Apresentação, Actividades e Alojamento por destino
3. Número total de unidades de alojamento de 5,4 e 3 estrelas, Self-Catering e Outras (2 estrelas, clubes de férias etc) por destino
4. Número de fotografias por destino

Esta contabilização permitiu, depois de tratada, apresentar os seguintes indicadores complementares:

- 1. Distribuição média de páginas de Apresentação, Actividades e Alojamento para cada destino**
- 2. Distribuição média de cada tipologia de alojamento para cada destino**
- 3. Distribuição média de fotografias para cada destino**

Análise de Representatividade – Inverno 2003/2004

No mercado do Reino Unido as Canárias representam 35% do total de páginas da amostra analisada; a Madeira concentra 11% do número de páginas ...

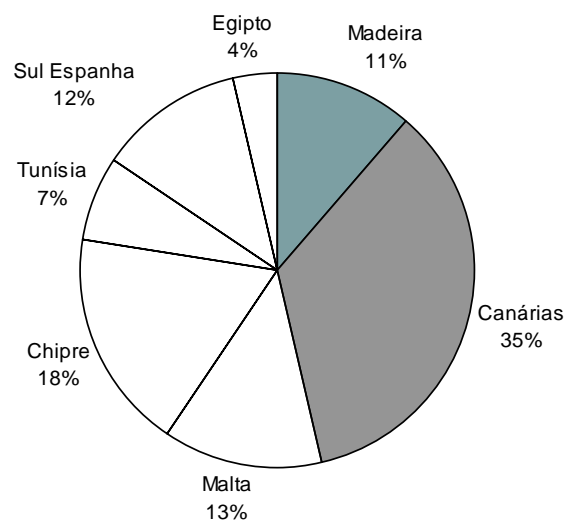
Rep.

Qual.

Preços

REINO UNIDO
Pág. Brochuras

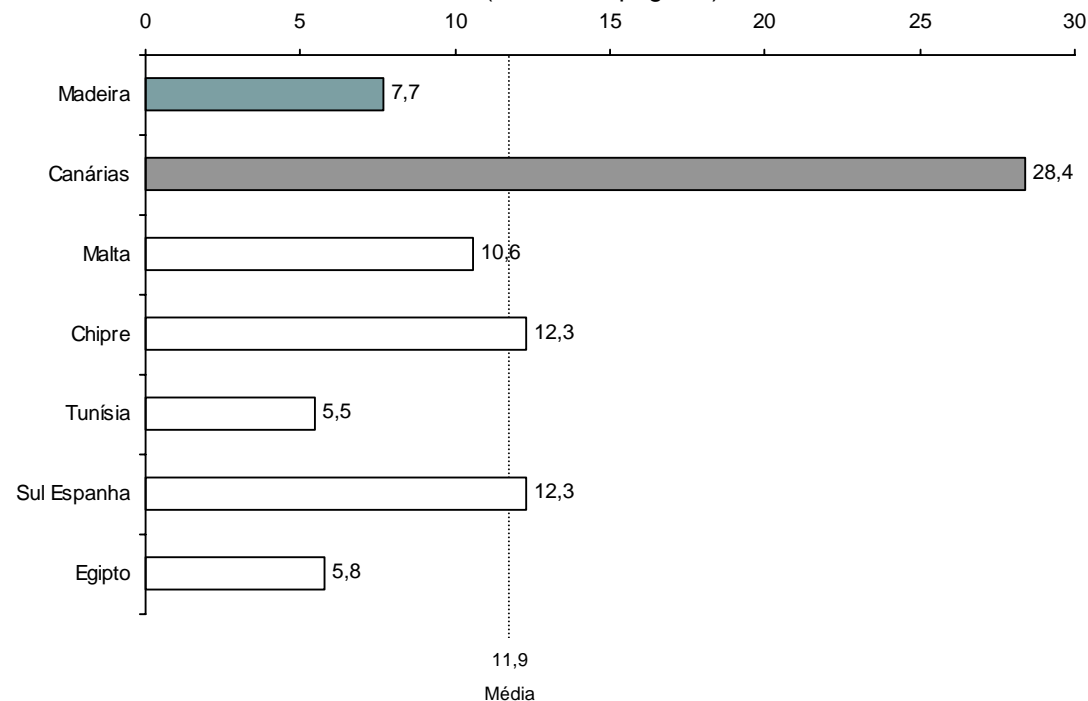
Distribuição global de páginas por destinos
(% do nº total de páginas)



406 páginas no total

11,9 páginas / destino / brochura

Nº Médio de páginas por brochura
(nº total de páginas)



... num mercado onde se destaca a representatividade dos destinos Chipre (18% do total) e Malta (13% do total) decorrente, entre outros, pela história de ligação entre os países

Destaque, na análise da tipologia de informação neste universo, a representatividade da *Apresentação* e *Alojamento* das Canárias; a escassez do item *Actividades* é significativo na Madeira quando comparada com Canárias

Rep.

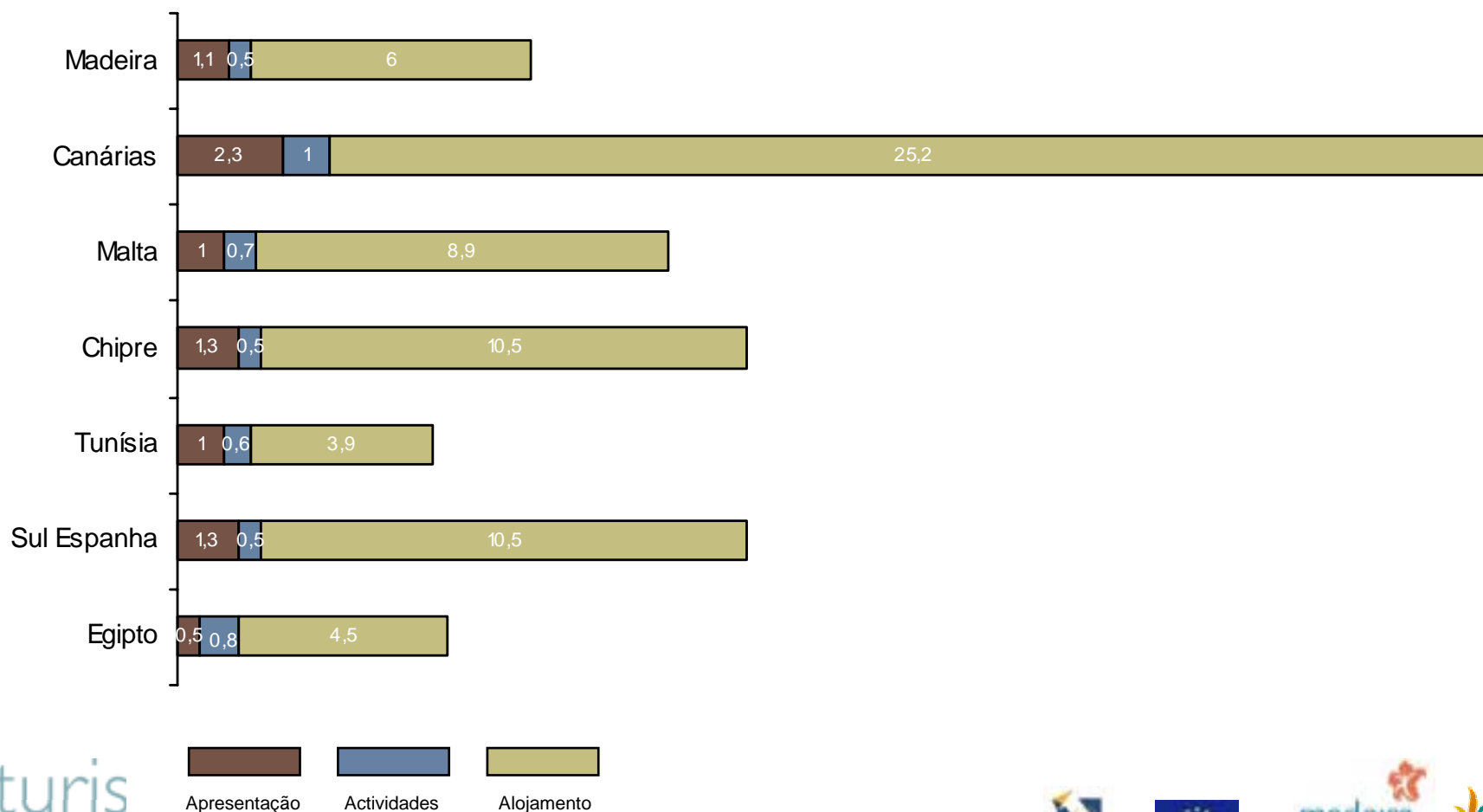
Qual.

Preços

REINO UNIDO

Pág. Brochuras

Distribuição de páginas por tipologia de informação
(nº total de páginas)



Destaca-se neste mercado a representatividade das unidades de 5* na globalidade da oferta da Madeira face às Canárias, destino onde as categorias de 4* e de Self-Catering se encontram muito presentes

Rep.

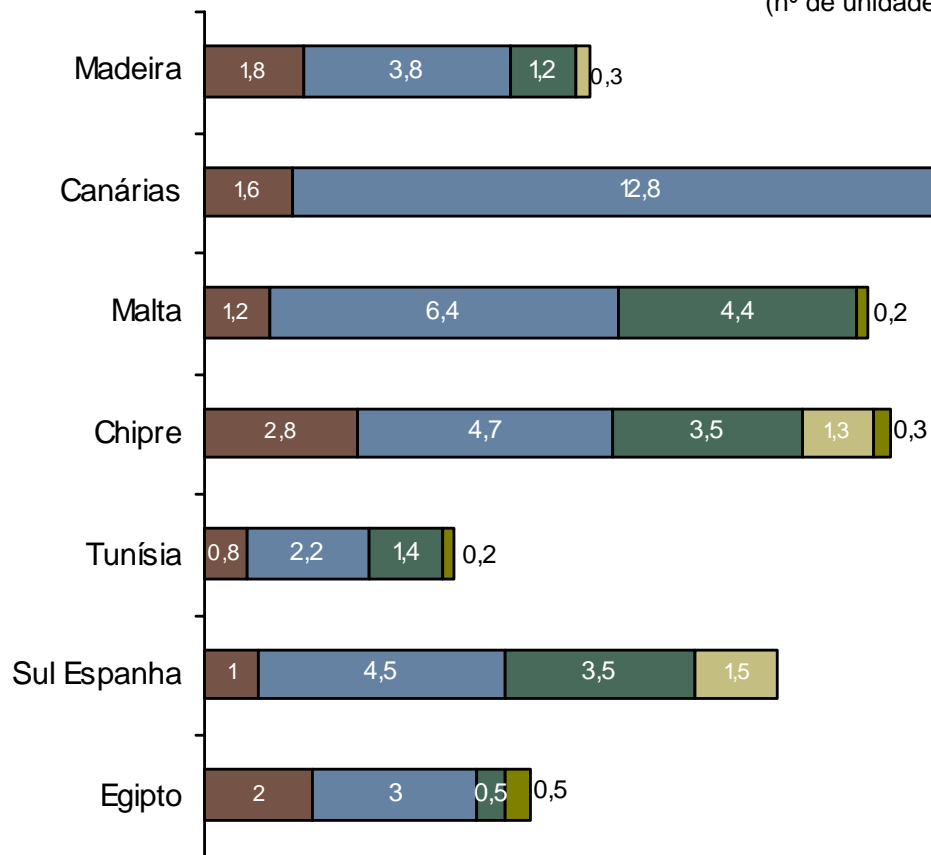
Qual.

Preços

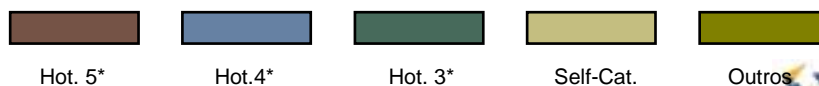
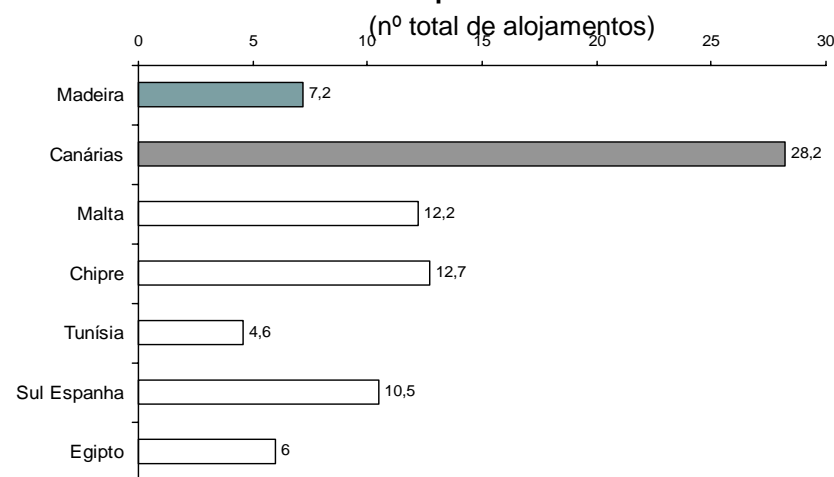
REINO UNIDO

Nº Aloj.

Distribuição da oferta de alojamento por destino e tipologia
(nº de unidades de alojamento)



Nº médio de unidades de alojamento por brochura por destino



Resumo da representatividade dos destinos Madeira e Canárias nas brochuras do Reino Unido – Inverno 2003/2004

Rep.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Qual.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Preços	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

REINO UNIDO

Resumo

Para a época de Inverno, as Canárias encontram-se muito bem representadas no mercado Inglês.

O mesmo não acontece com a Madeira, apesar de se tratar do mercado emissor com mais tradição e maior peso. A concorrência de destinos com climas similares e ligações históricas como Chipre e Malta poderão explicar esta situação.

No mercado Alemão, quando analisado o número de páginas, a representatividade das Canárias (24% do total da amostra) e da Madeira (21%) é semelhante ...

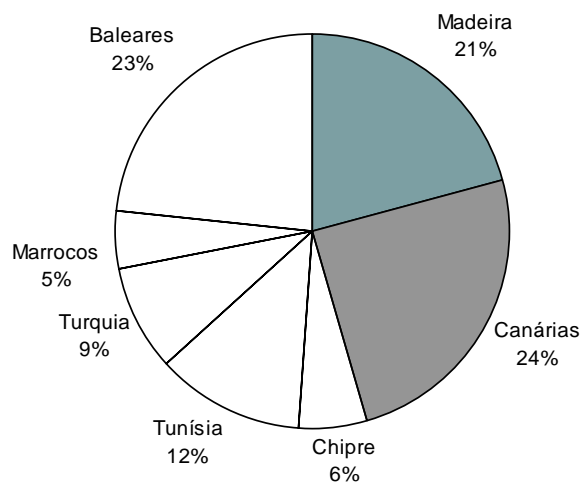
Rep.

Qual.

Preços

ALEMANHA
Pág. Brochuras

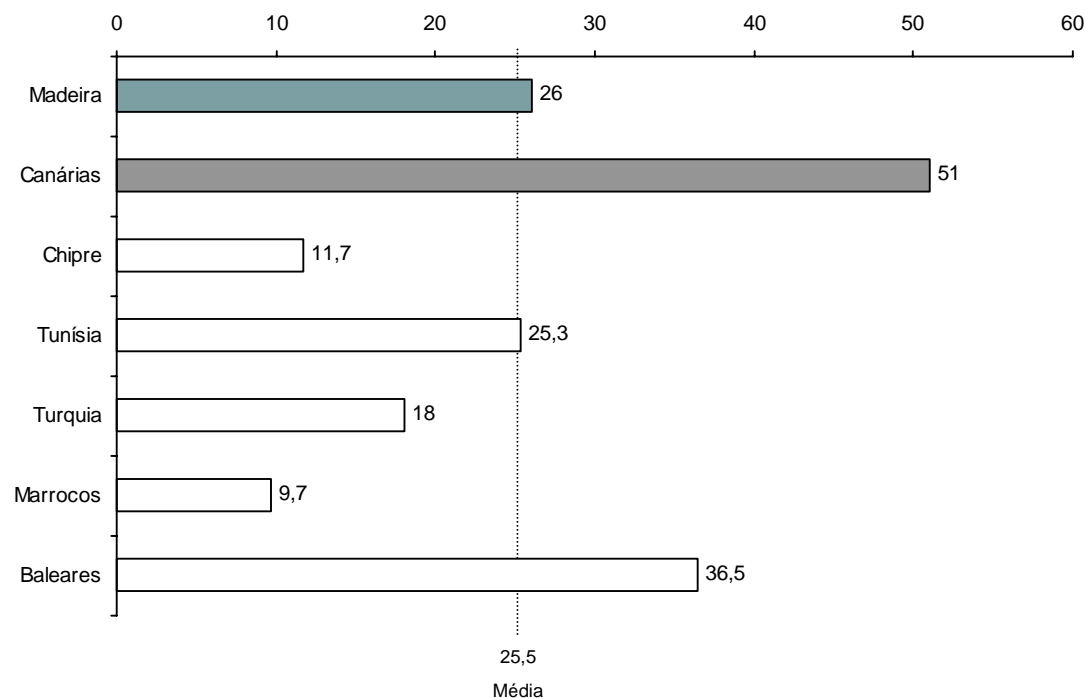
Distribuição global de páginas por destinos
(% do nº total de páginas)



623 páginas no total

25,5 páginas / destino / brochura

Nº Médio de páginas por brochura
(nº total de páginas)



... num mercado onde a representatividade das Baleares (23% do total) é muito significativo

Destaque, na análise da tipologia de informação neste universo, a representatividade da *Apresentação* e *Actividades* dos destinos Madeira e Baleares

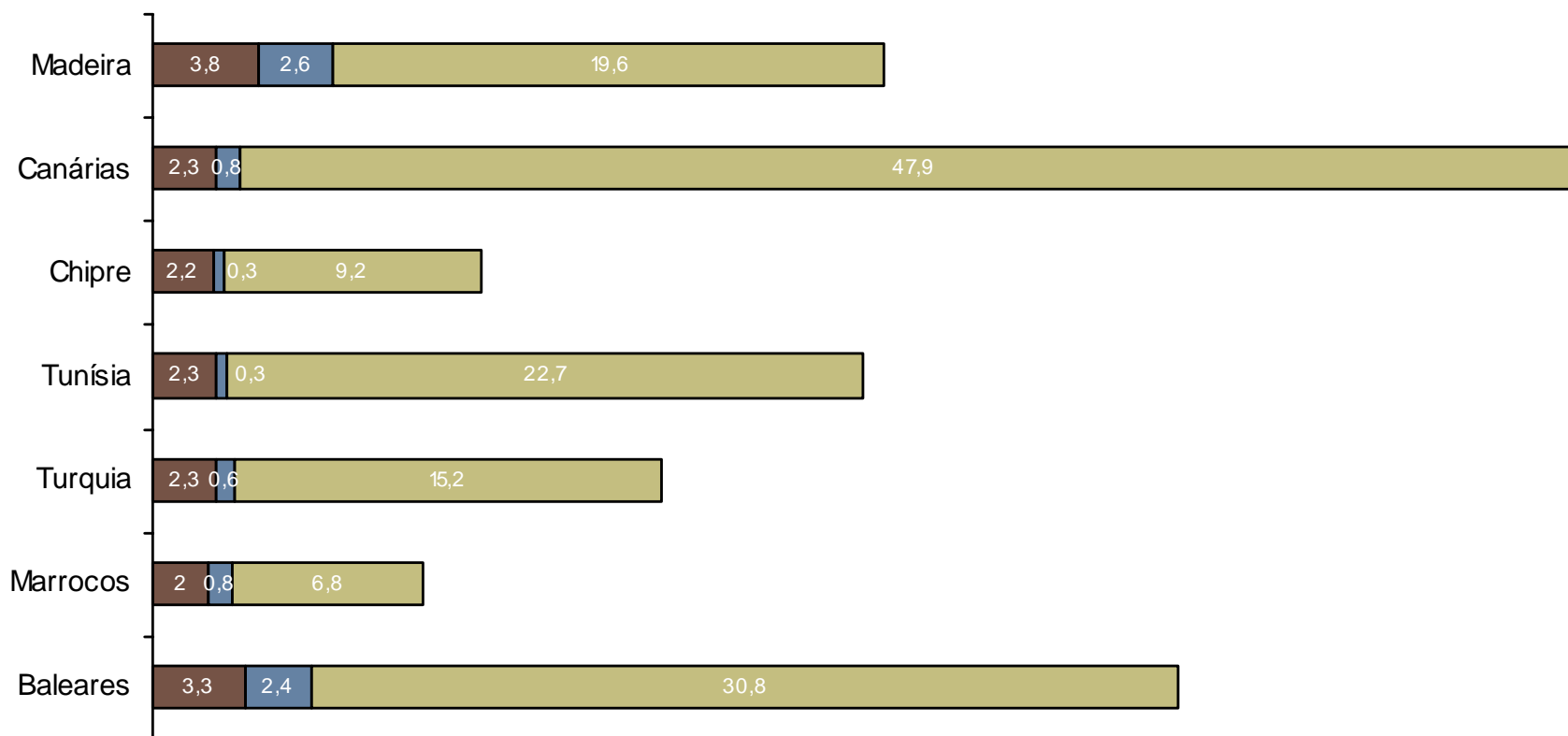
Rep.

Qual.

Preços

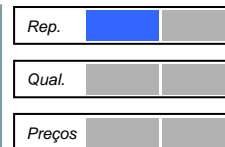
ALEMANHA
Pág. Brochuras

Distribuição de páginas por tipologia de informação
(nº total de páginas)



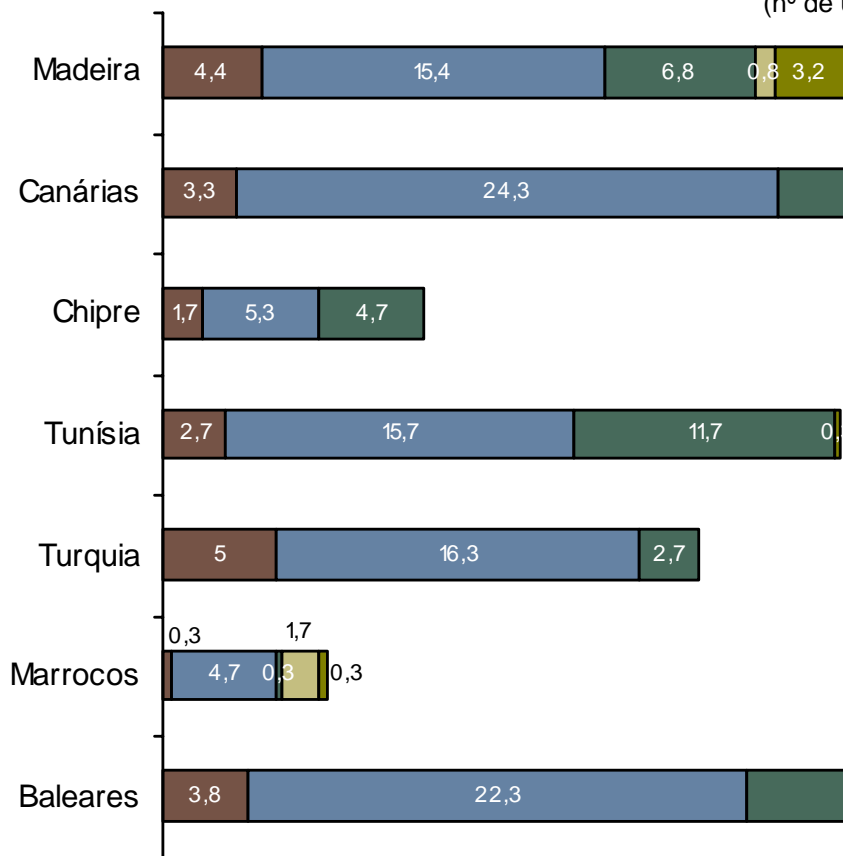
Apresentação
 Actividades
 Alojamento

Destaca-se neste mercado a maior representatividade das unidades de 5* na globalidade da oferta da Madeira face às Canárias, um destino onde a categoria de 3* assume uma forte representatividade

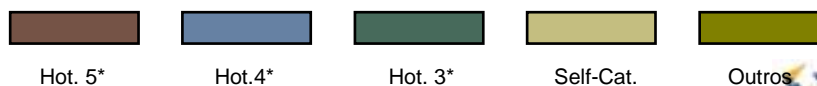
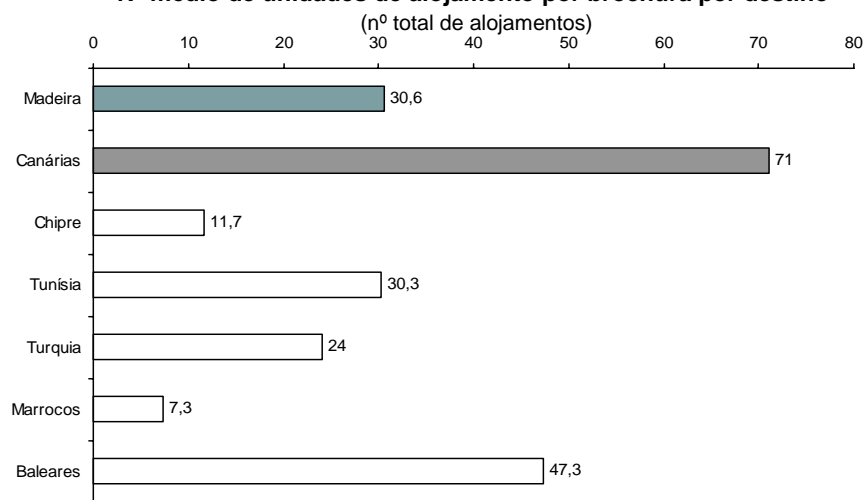


ALEMANHA
Nº Aloj.

Distribuição da oferta de alojamento por destino e tipologia
(nº de unidades de alojamento)



Nº médio de unidades de alojamento por brochura por destino



Resumo da representatividade dos destinos Madeira e Canárias nas brochuras da Alemanha – Inverno 2003/2004

Rep.	<input type="checkbox"/>
Qual.	<input type="checkbox"/>
Preços	<input type="checkbox"/>

ALEMANHA

Resumo

As Canárias são o destino de excelência para o mercado Alemão no Inverno, com uma concentração de oferta no segmento médio.

A Madeira, sem o mesmo peso a nível de oferta, apresenta contudo unidades com uma qualidade média superior.

No mercado Sueco, onde se analisaram cerca de 400 unidades de alojamento ⁽¹⁾, a tipologia Self-Catering é a mais representada, com 64% do total ...

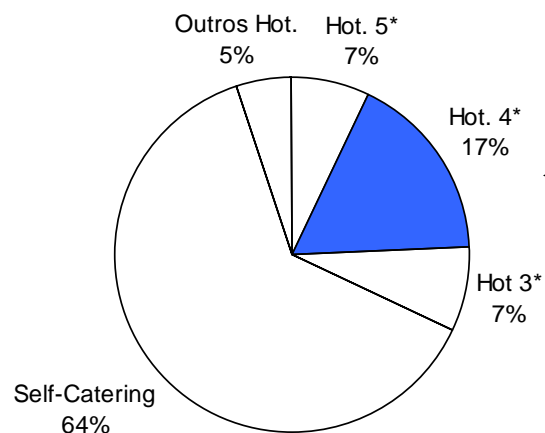
Rep.	<input checked="" type="checkbox"/>
Qual.	<input type="checkbox"/>
Preços	<input type="checkbox"/>

SUÉCIA

Nº Aloj.

Distribuição global de alojamentos por tipologia

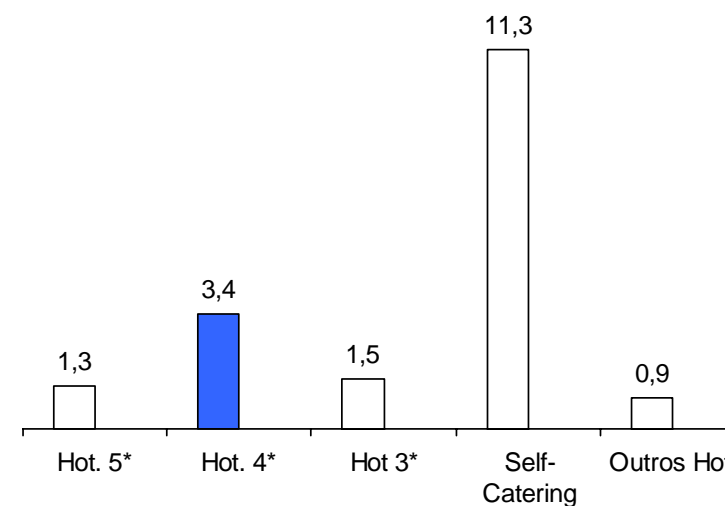
(% do nº total de unid. de alojamento)



411 unidades de alojamento no total
18,4 alojamentos / brochura / destino

Distribuição de unid. de alojamento por brochura

(nº total de unid. de alojamento)



... num mercado onde a representatividade das unidades de 4* é de apenas 17%

Destaca-se neste mercado a representatividade, ao contrário da generalidade dos outros analisados, da tipologia Self-Catering nas Canárias e Madeira

Rep.

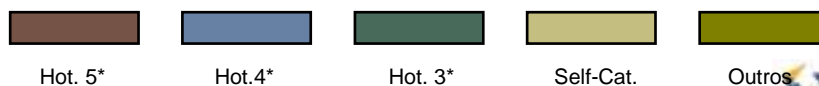
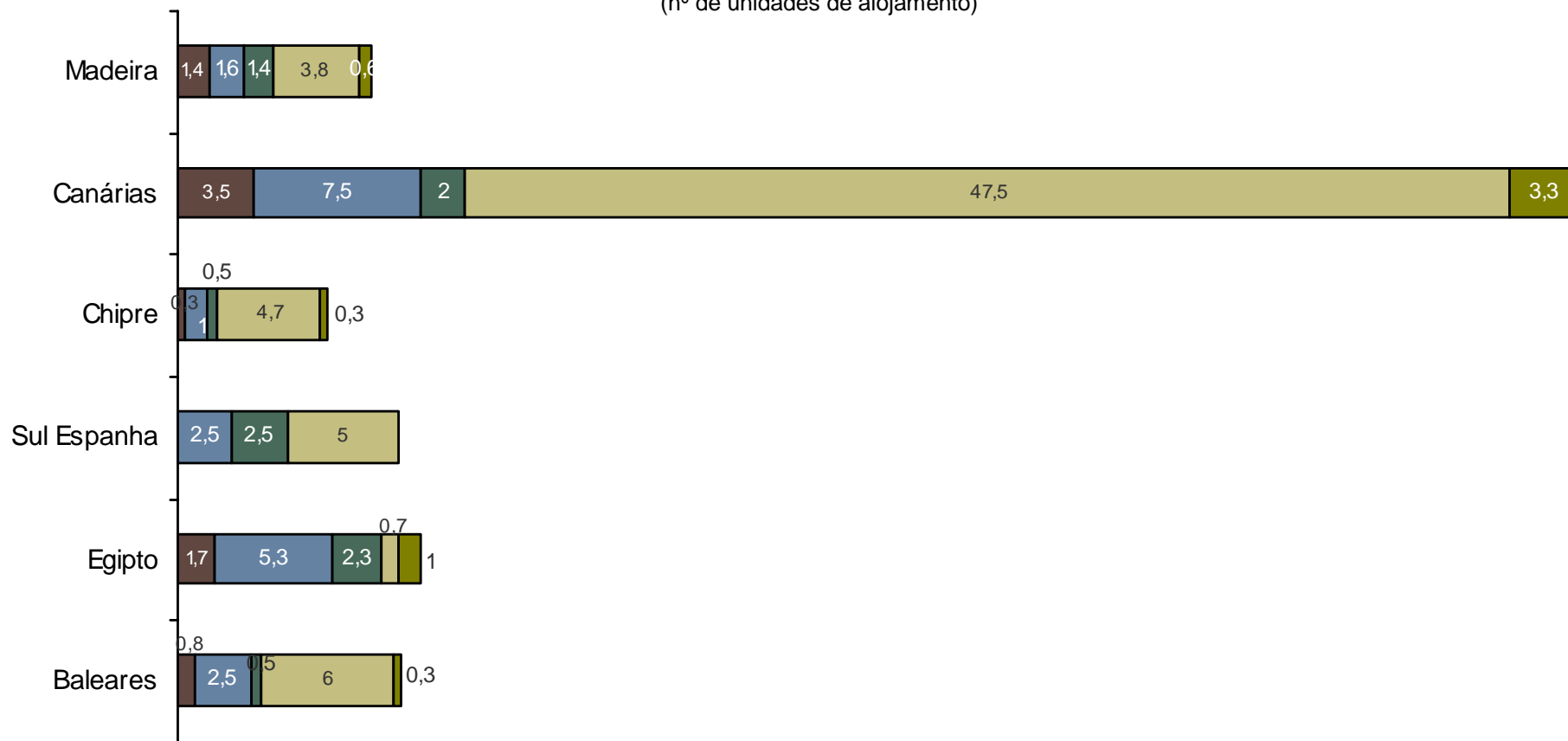
Qual.

Preços

SUÉCIA

Nº Aloj.

Distribuição da oferta de alojamento por destino e tipologia
(nº de unidades de alojamento)



Síntese Inverno 2003/ 2004

Na óptica da análise dos destinos da Madeira e Canárias no conjunto dos mercados emissores em estudo

O mercado Alemão é também o que destaca mais páginas por brochura à hotelaria da Madeira, sendo também o que mais apresenta o destino

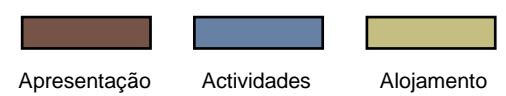
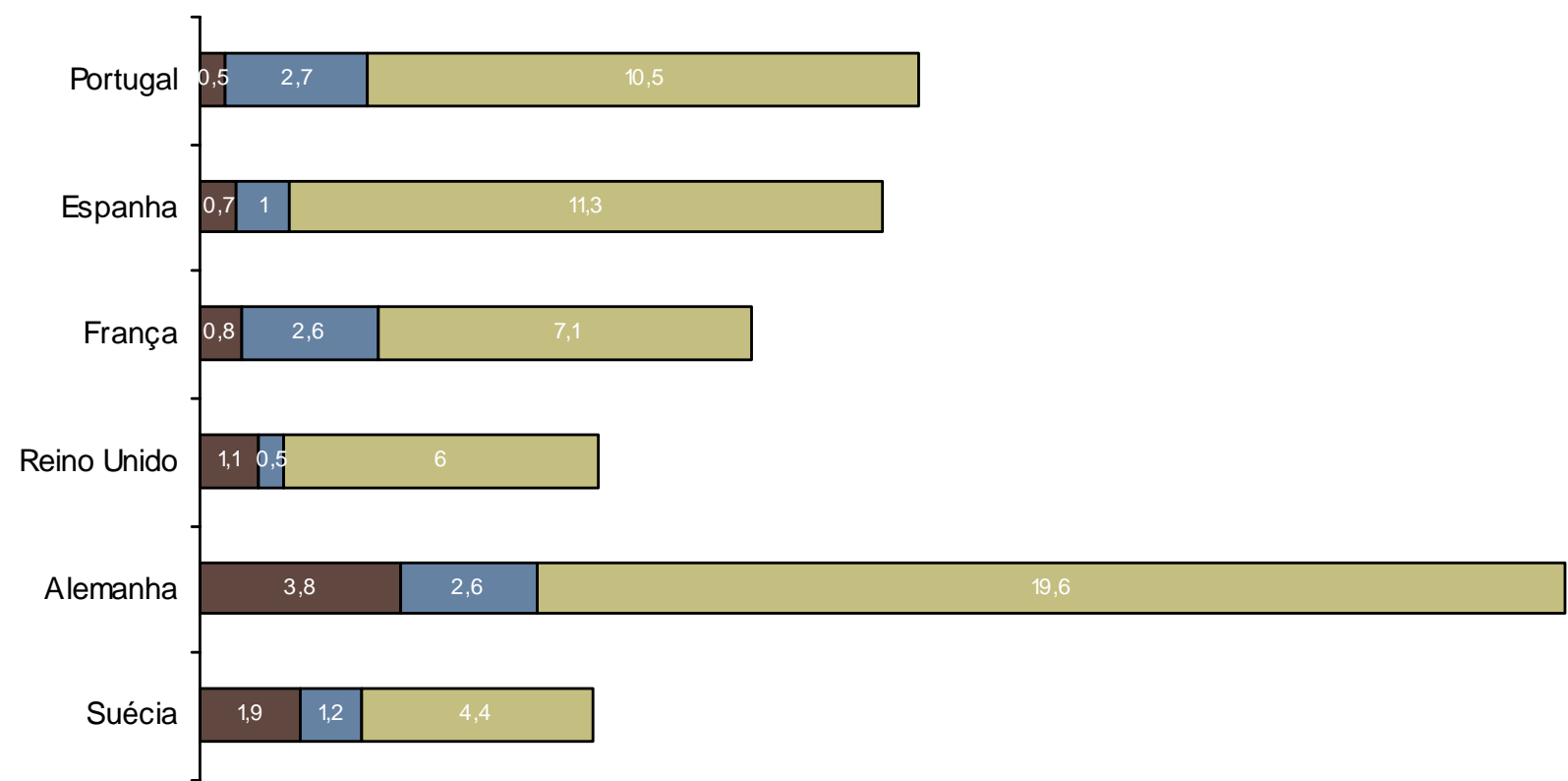
Rep.

Qual.

Preços

MADEIRA
Pág. Brochuras

Distribuição de páginas por tipologia de informação
(nº total de páginas)



No Inverno de 2003/2004, Portugal e Espanha foram os mercados que mais unidades de 5* ofereceram nas brochuras dos seus operadores

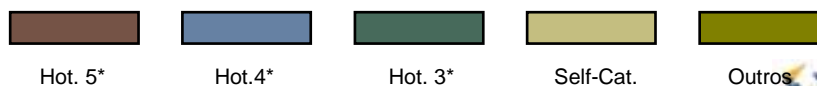
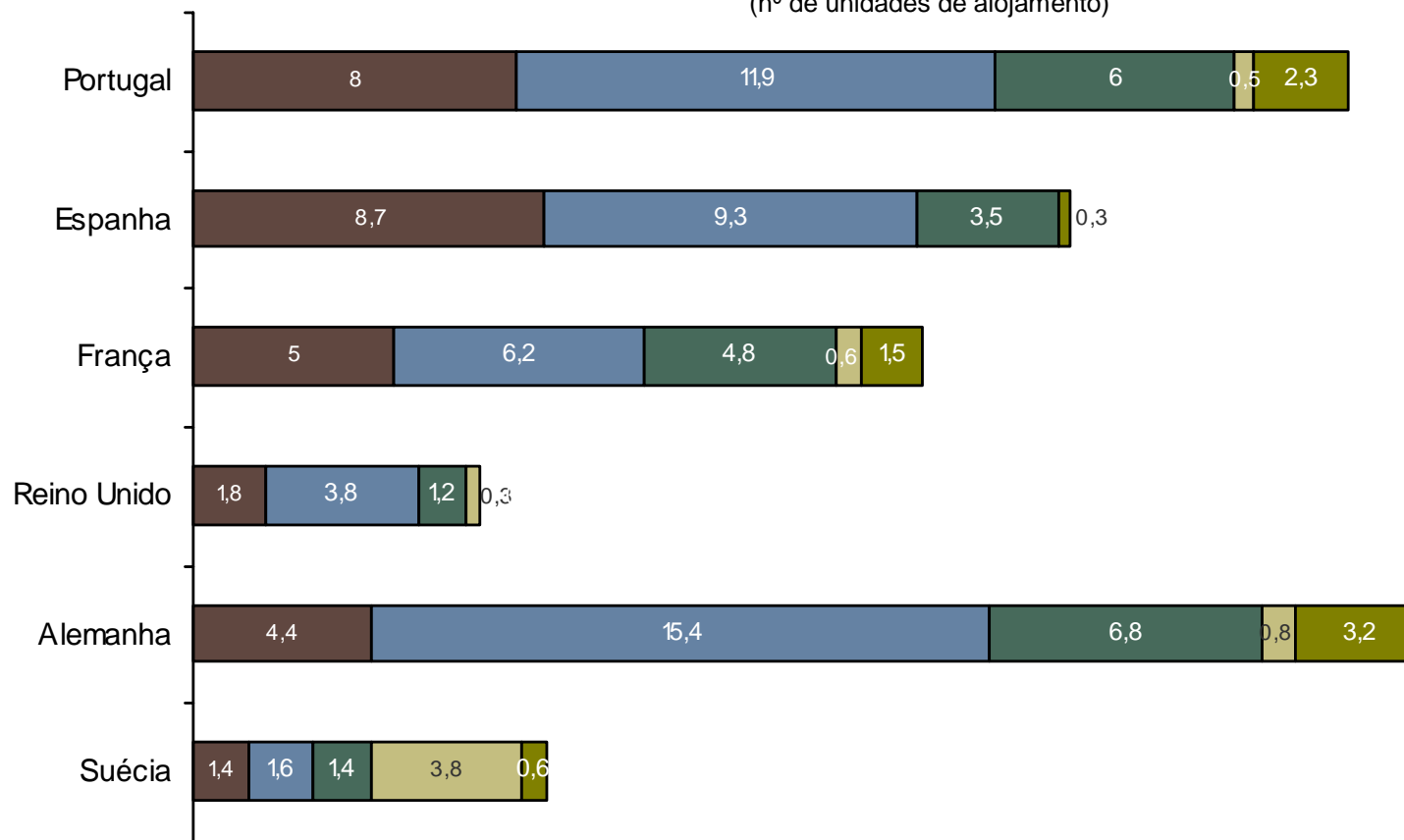
Rep.

Qual.

Preços

MADEIRA
Nº Aloj.

Distribuição da oferta de alojamento por mercado e tipologia
(nº de unidades de alojamento)



O mercado Espanhol é o que destaca mais páginas por brochura ao Alojamento das Canárias, sendo no entanto o mercado Sueco também, o que mais apresenta o destino

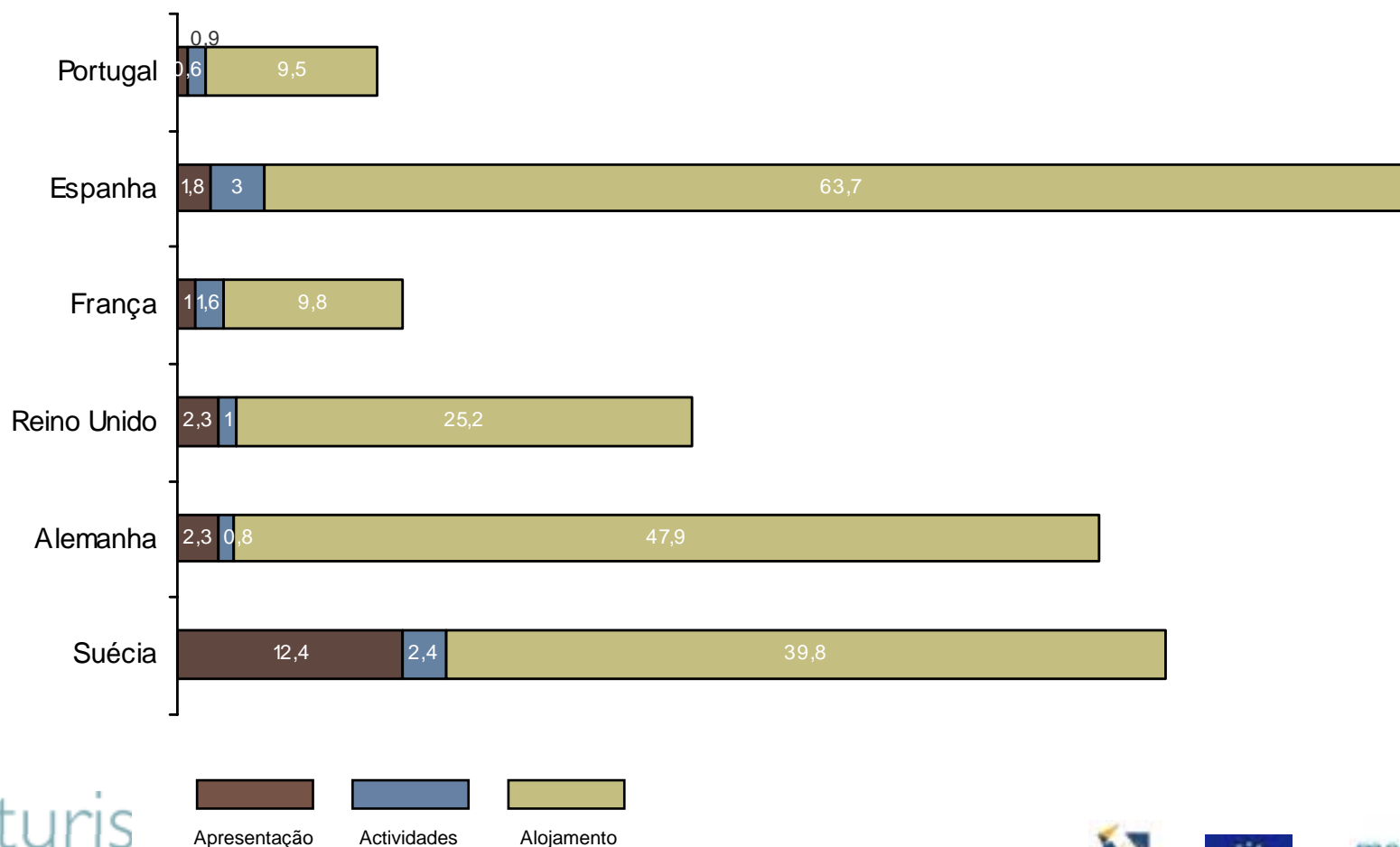
Rep.

Qual.

Preços

CANÁRIAS
Pág. Brochuras

Distribuição de páginas por tipologia de informação
(nº total de páginas)



A oferta hoteleira de 4* é a categoria hoteleira mais representativa nas brochuras do mercado Espanhol enquanto que nas do mercado Alemão aparece com maior representatividade a categoria de 3*

Rep.

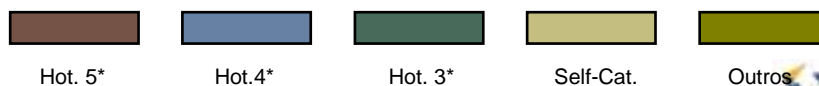
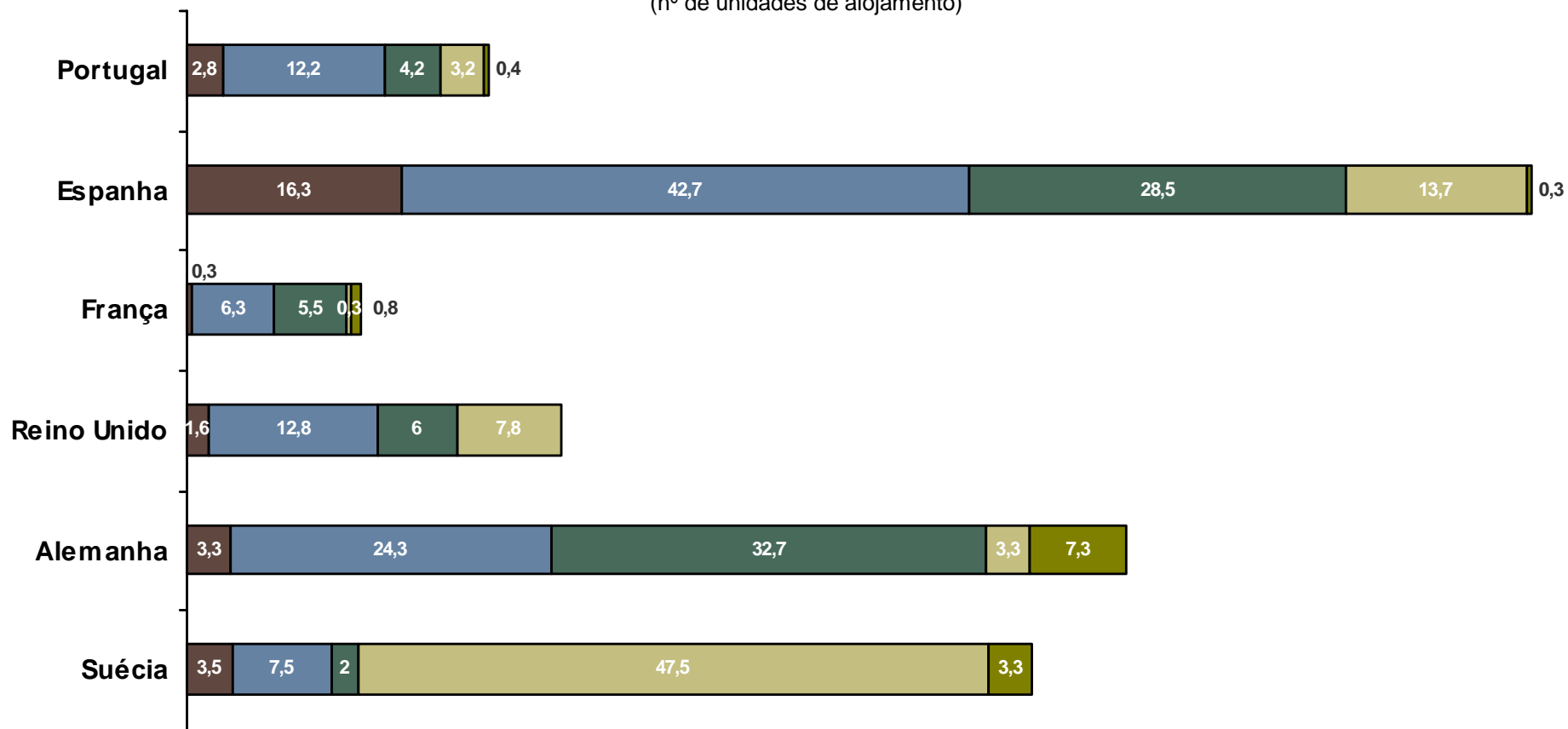
Qual.

Preços

CANÁRIAS

Nº Aloj.

Distribuição da oferta de alojamento por mercado e tipologia
(nº de unidades de alojamento)



Resumo da representatividade dos destinos Madeira e Canárias nas brochuras do Inverno de 2003/2004

Rep.	
Qual.	
Preços	

**MADEIRA
CANÁRIAS**

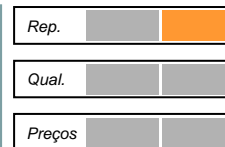
Resumo

- O mercado Alemão é o que dedica mais páginas por brochura à Madeira, sendo também o que apresenta uma maior oferta de alojamento neste destino (30,6 unidades / brochura) logo seguido do mercado Português (28,6 unidades/brochura);
- O mercado onde as Canárias apresentam uma maior representatividade em termos de páginas de brochuras e de unidades de alojamento por brochura é o de Espanha. Para este destino, o mercado que dedica mais páginas à apresentação do destino é o Sueco (12,4 páginas / brochura);
- O alojamento de 4 estrelas na Madeira é mais representativo para o mercado Alemão (50% da oferta global do destino), enquanto que o alojamento de 5 estrelas é mais representativo no mercado de Espanha (40% da oferta global do destino);
- Para as Canárias a categoria de alojamento mais representativa no seu mercado principal (Espanha) é a de 4 estrelas (42% da oferta global) logo seguida da categoria de 3 estrelas (38% do total). O segundo mercado com maior representatividade (Alemanha) concentra a oferta de alojamento ao nível das 4 estrelas enquanto que a Suécia oferece cerca de 75% do alojamento total em regime de Self-Catering; e
- Em termos de representatividade das fotografias, os mercados acompanham este indicador da mesma forma que as páginas por brochura dedicadas aos destinos.

As Canárias conseguem a sua maior representatividade no mercado interno (Espanha) enquanto que a Madeira observa uma maior representatividade no mercado da Alemanha.

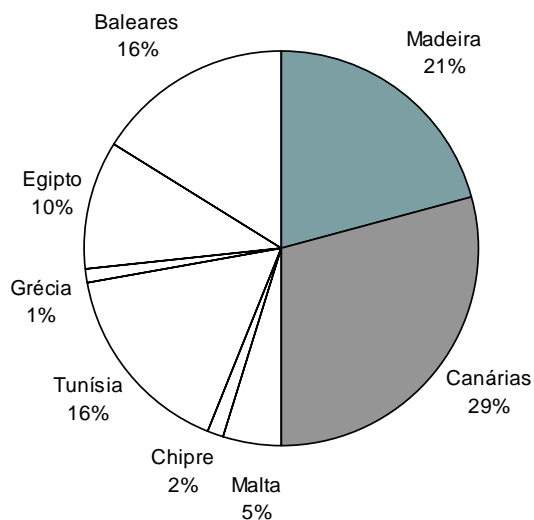
Análise de Representatividade – Verão 2004

No mercado Português as Canárias representam 29% do total de páginas da amostra analisada; a Madeira, segundo destino mais representado, concentra 21% do número de páginas ...



PORTUGAL
Pág. Brochuras

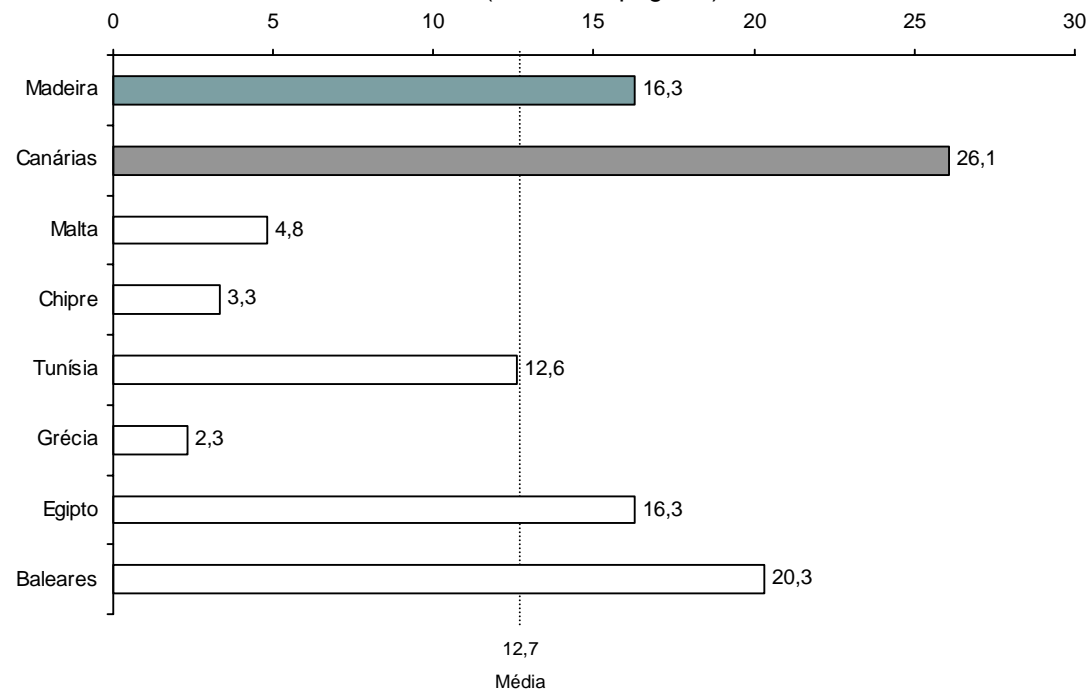
Distribuição global de páginas por destinos
(% do nº total de páginas)



626 páginas no total

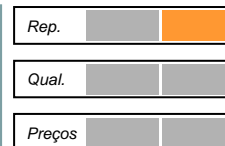
12,7 páginas / destino / brochura

Nº Médio de páginas por brochura
(nº total de páginas)



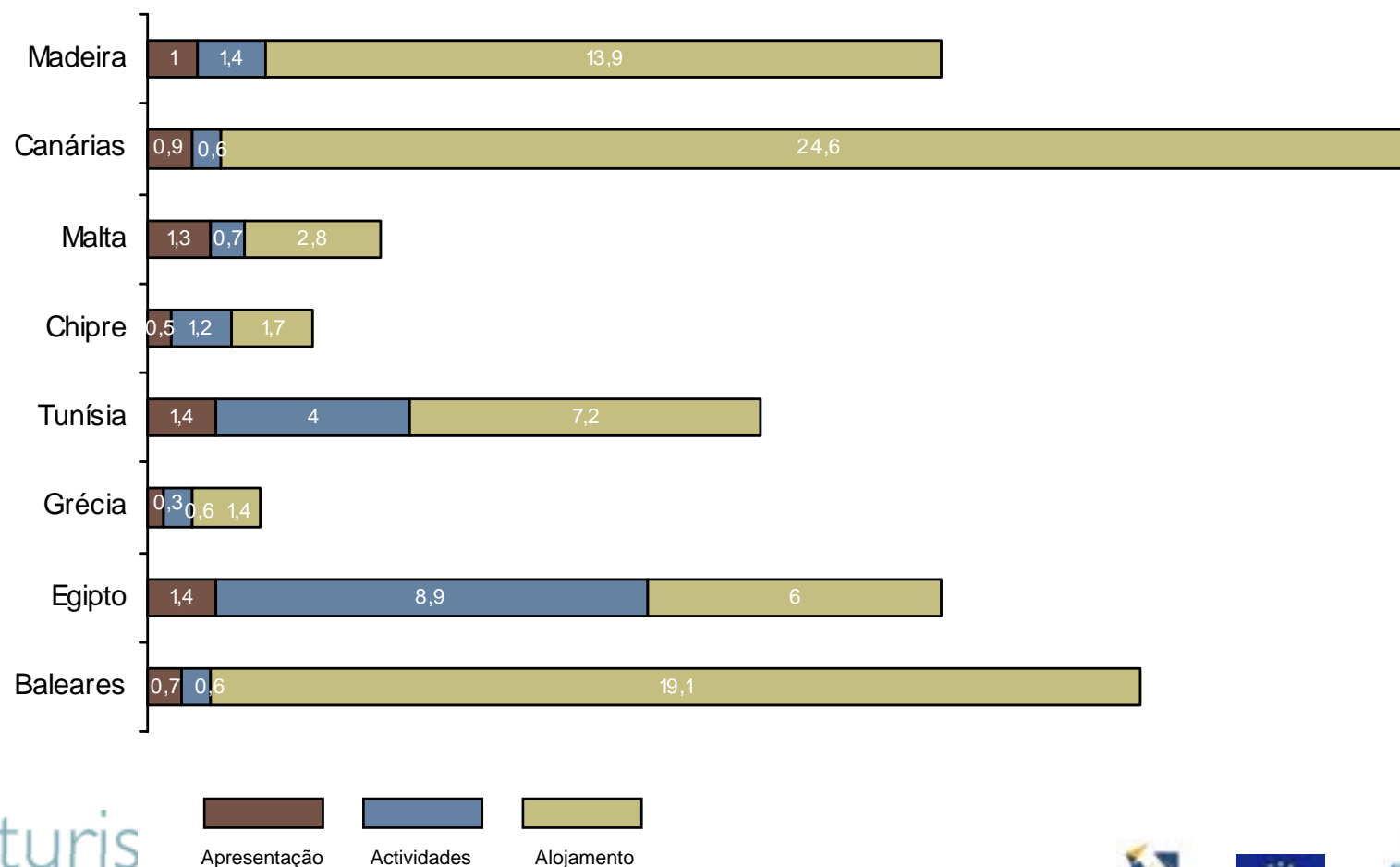
... num mercado onde a representatividade das Baleares e da Tunísia (ambos com 16% do total) é também significativo

Destaque, na análise da tipologia de informação neste universo, a representatividade do *item Actividades* no destino Egipto, sendo no mesmo *item* mais significativa a representatividade da Madeira face às Canárias

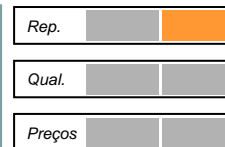


PORTUGAL
 Pág. Brochuras

Distribuição de páginas por tipologia de informação
 (nº total de páginas)



Destaca-se neste mercado a representatividade das unidades de 5* na globalidade da oferta da Madeira face às Canárias, um destino onde a categoria de 4* é muito significativa e se nota a presença do Self-Catering

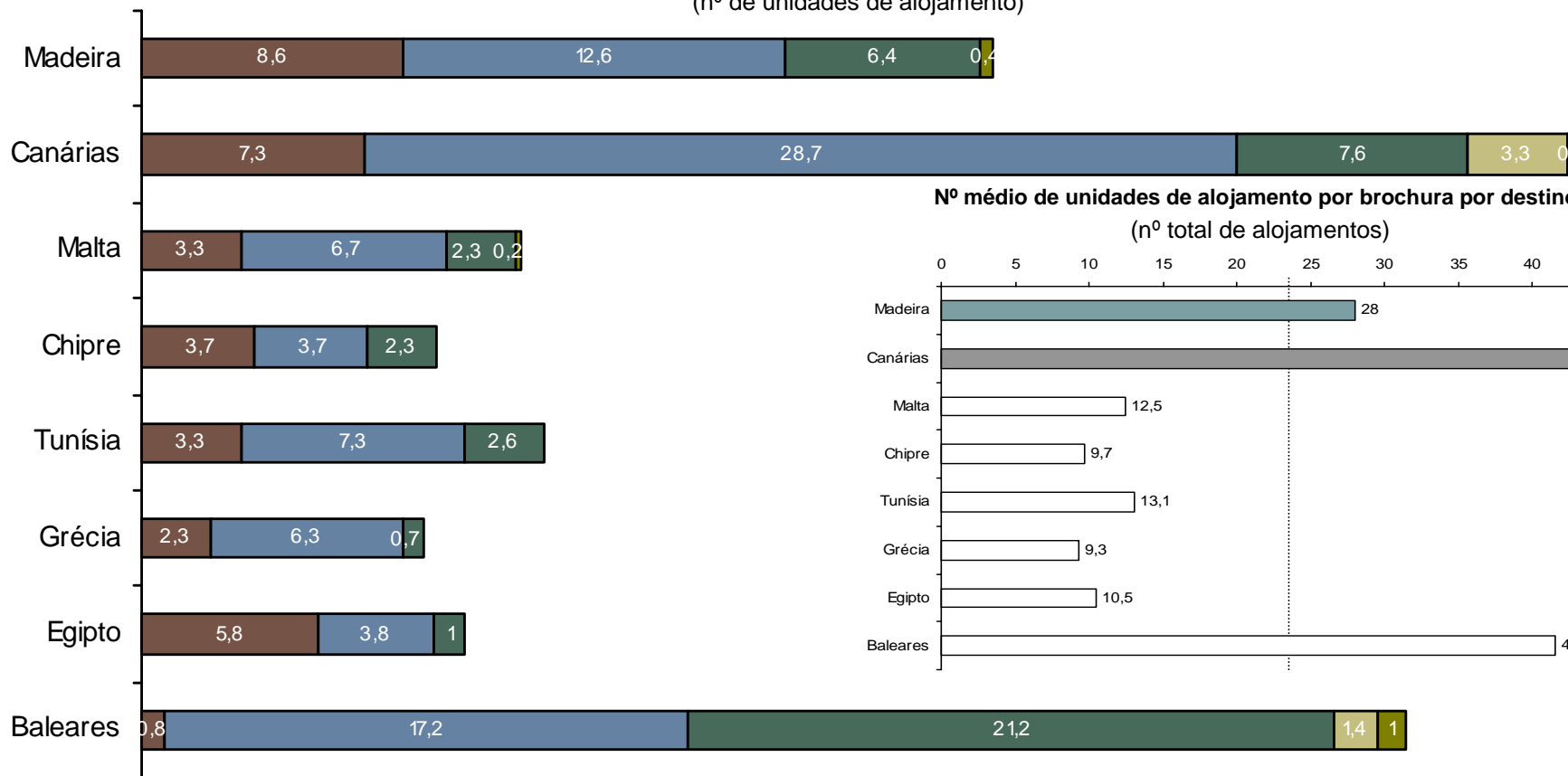


PORTUGAL

Nº Aloj.

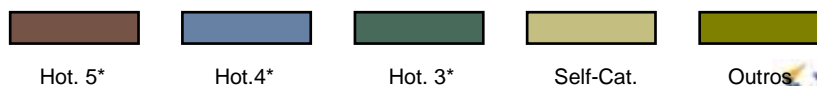
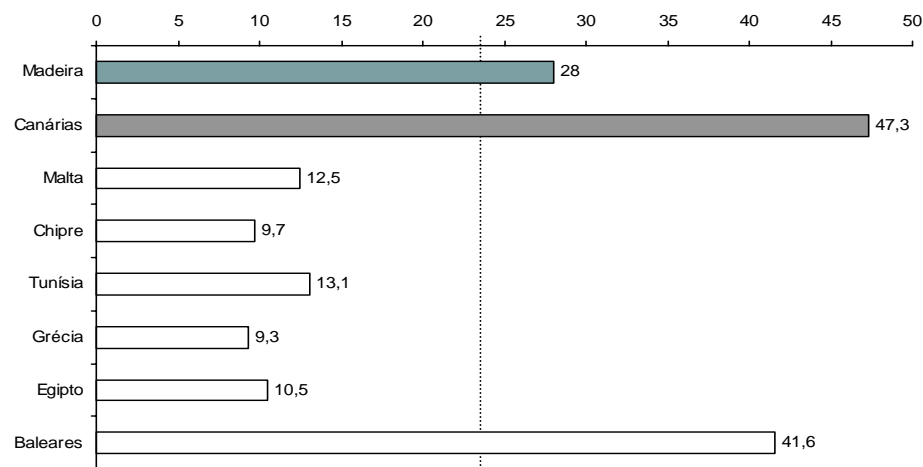
Distribuição da oferta de alojamento por destino e tipologia

(nº de unidades de alojamento)



Nº médio de unidades de alojamento por brochura por destino

(nº total de alojamentos)



Resumo da representatividade dos destinos Madeira e Canárias nas brochuras de Portugal – Verão 2004

Rep.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Qual.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Preços	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

PORTUGAL

Resumo

As Canárias, a Madeira e as Baleares são os destinos de Verão, dos analisados, com maior oferta no mercado nacional. Para este facto contribuem as boas ligações aéreas, o conhecimento do mercado e o poder de compra nacional.

São porém de ter em conta novos destinos concorrentes, nomeadamente no ano do seu lançamento.

No mercado do Reino Unido as Canárias representam 17% do total de páginas da amostra analisada; a Madeira concentra “apenas” 5% do número de páginas ...

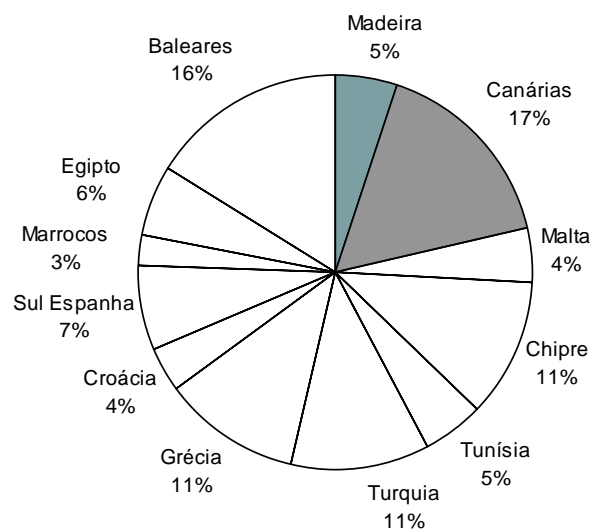
Rep.

Qual.

Preços

REINO UNIDO
Pág. Brochuras

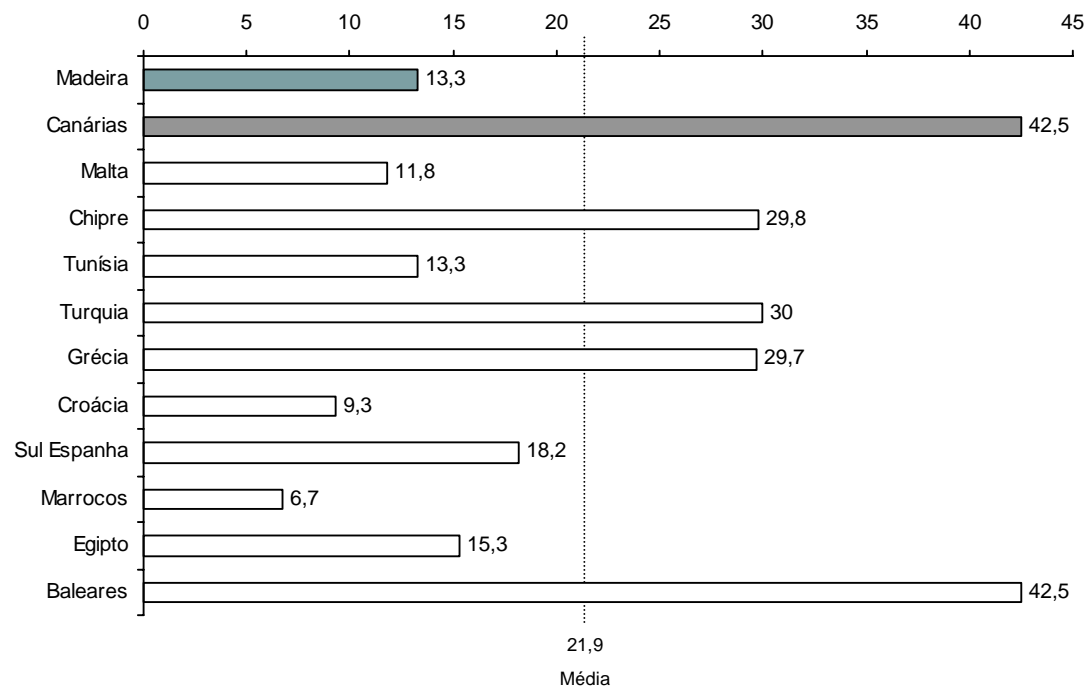
Distribuição global de páginas por destinos
(% do nº total de páginas)



958 páginas no total

21,9 páginas / destino / brochura

Nº Médio de páginas por brochura
(nº total de páginas)



... num mercado onde se destacam as Baleares (16% do total), a Turquia, Chipre e Grécia (ambos os destinos com 11% do total da amostra)

Destaque, na análise da tipologia de informação neste universo, a representatividade da *Apresentação* do destino Canárias e do *Alojamento* nas Ilhas Espanholas

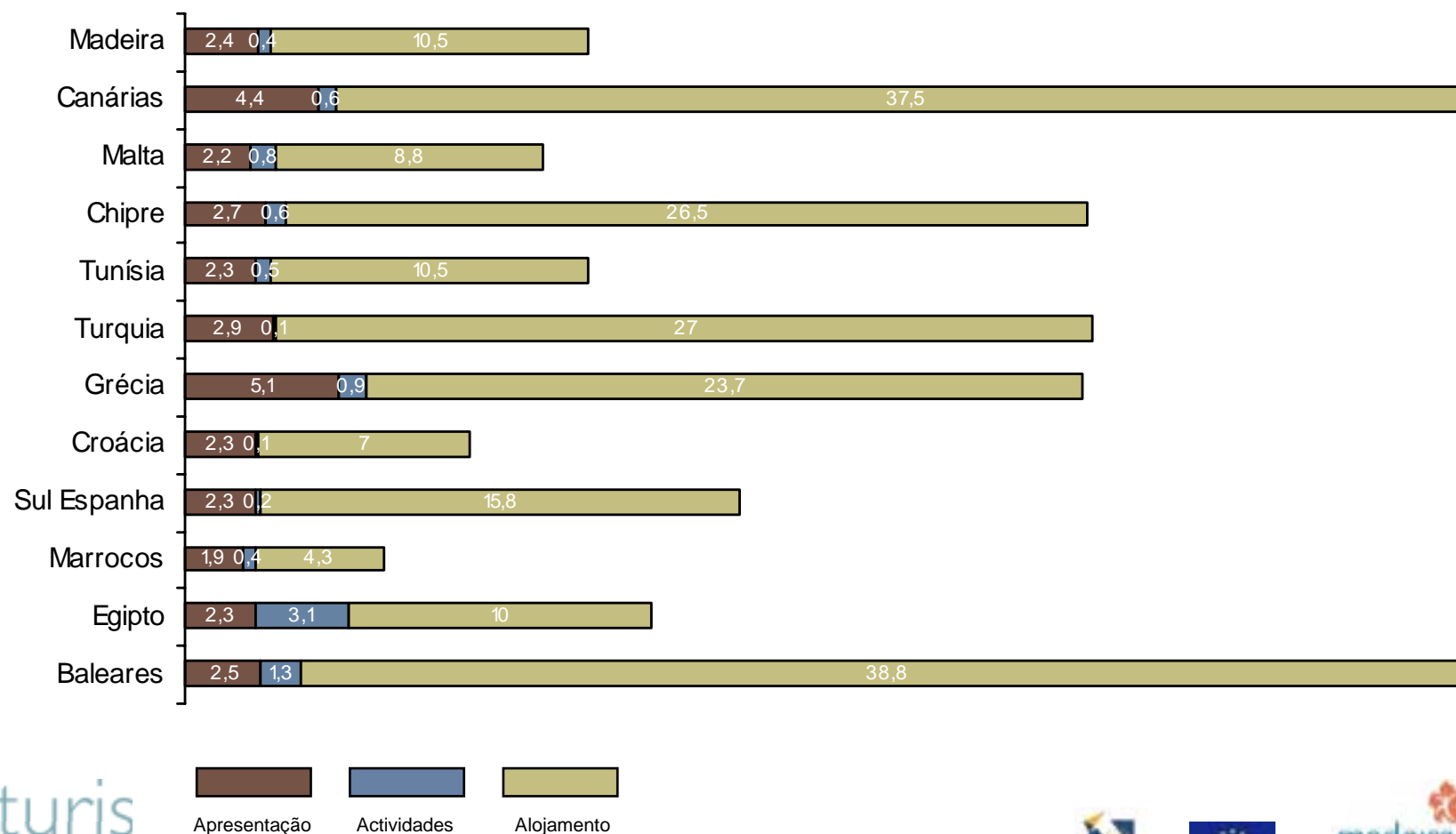
Rep.

Qual.

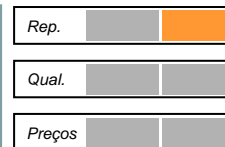
Preços

REINO UNIDO
Pág. Brochuras

Distribuição de páginas por tipologia de informação
(nº total de páginas)



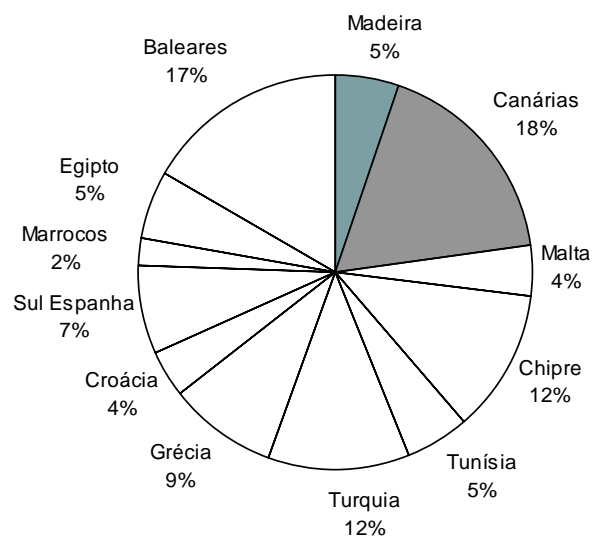
No mercado do Reino Unido, as Canárias concentram 18% do número de unidades de alojamento; a Madeira representa “apenas” 5% ...



REINO UNIDO

Nº Aloj.

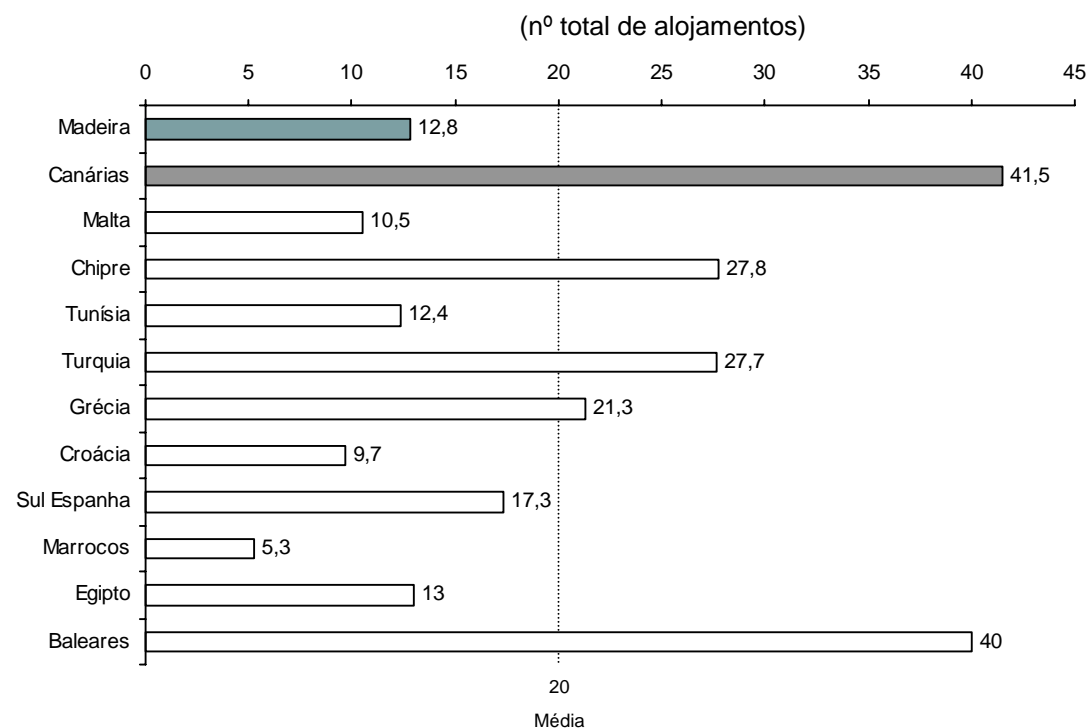
Distribuição global de alojamentos por destinos
(% do nº total de alojamentos)



875 páginas no total

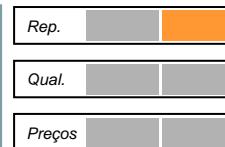
20 alojamentos / brochura / destino

Nº médio de unidades de alojamento por brochura por destino



... num mercado onde a representatividade do número de unidades de alojamento é significativa nas Baleares (mercado interno), na Turquia e no Chipre

Destaca-se neste mercado a forte representatividade das unidades de 4* na globalidade da oferta das Canárias face à Madeira; as unidades Self-Catering, ao contrário da Madeira, encontram-se representadas na oferta das Canárias

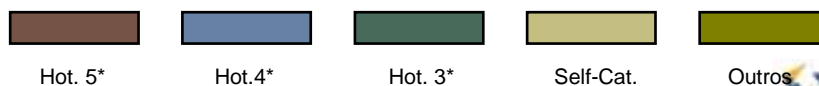
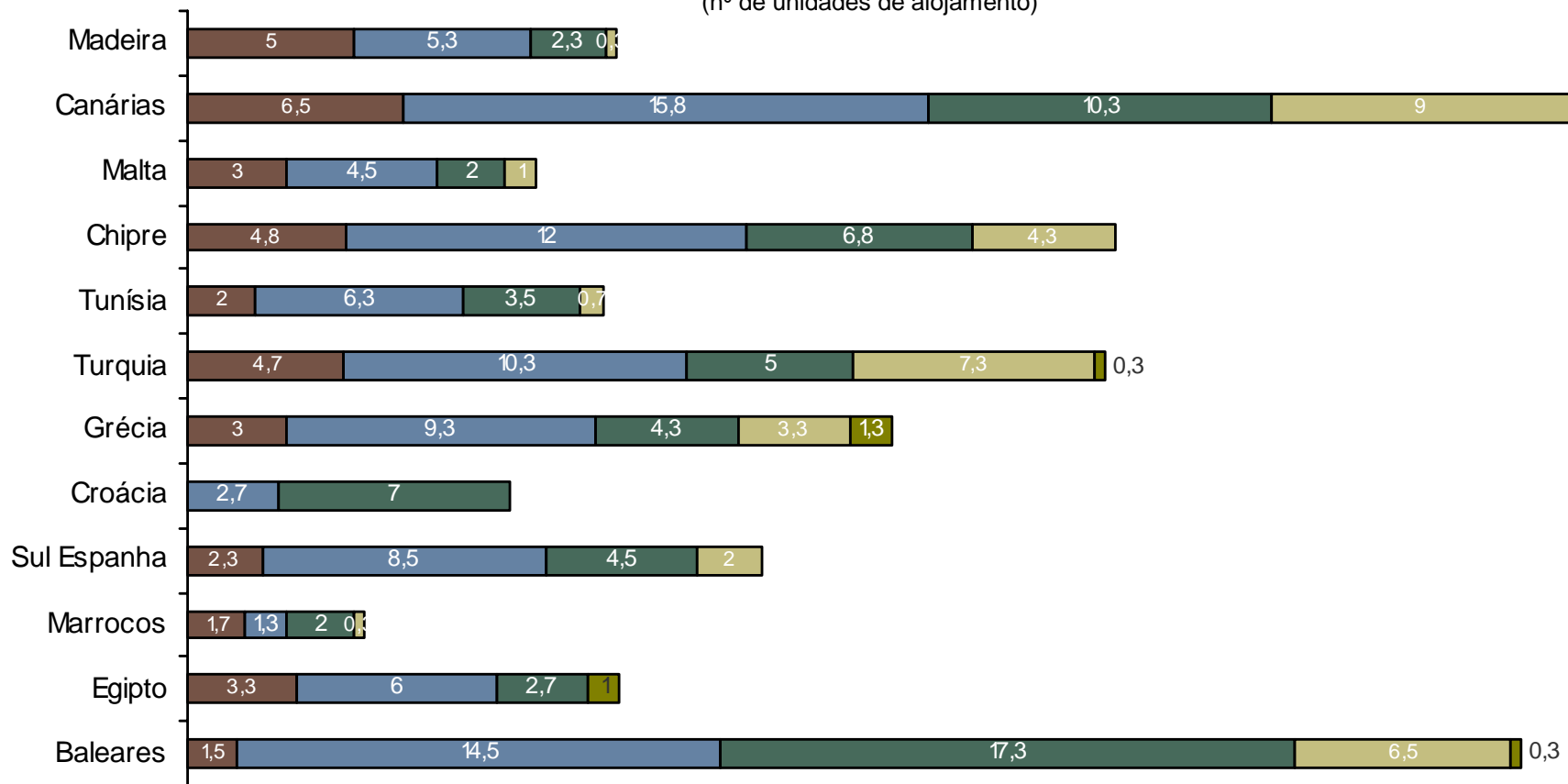


REINO UNIDO

Nº Aloj.

Distribuição da oferta de alojamento por destino e tipologia

(nº de unidades de alojamento)



Resumo da representatividade dos destinos Madeira e Canárias nas brochuras do Reino Unido

Rep.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Qual.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Preços	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

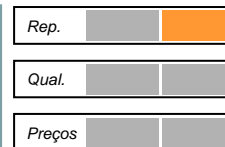
REINO UNIDO

Resumo

Podemos considerar o Reino Unido como o mercado mais competitivo em termos de destinos turísticos.

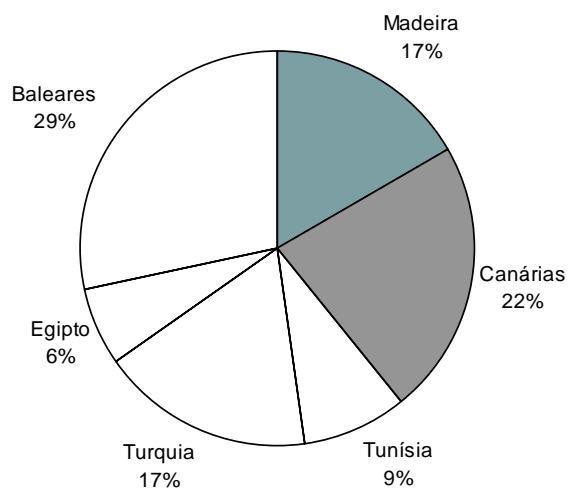
Neste âmbito as Canárias continuam com um posicionamento relevante (se bem que menor que na temporada de Inverno), enquanto a Madeira encontra muitas dificuldades em sobressair.

No mercado Alemão as Canárias representam 22% do total de páginas da amostra analisada; a Madeira, com 17% da amostra, é o terceiro destino após Baleares e Canárias



ALEMANHA
Pág. Brochuras

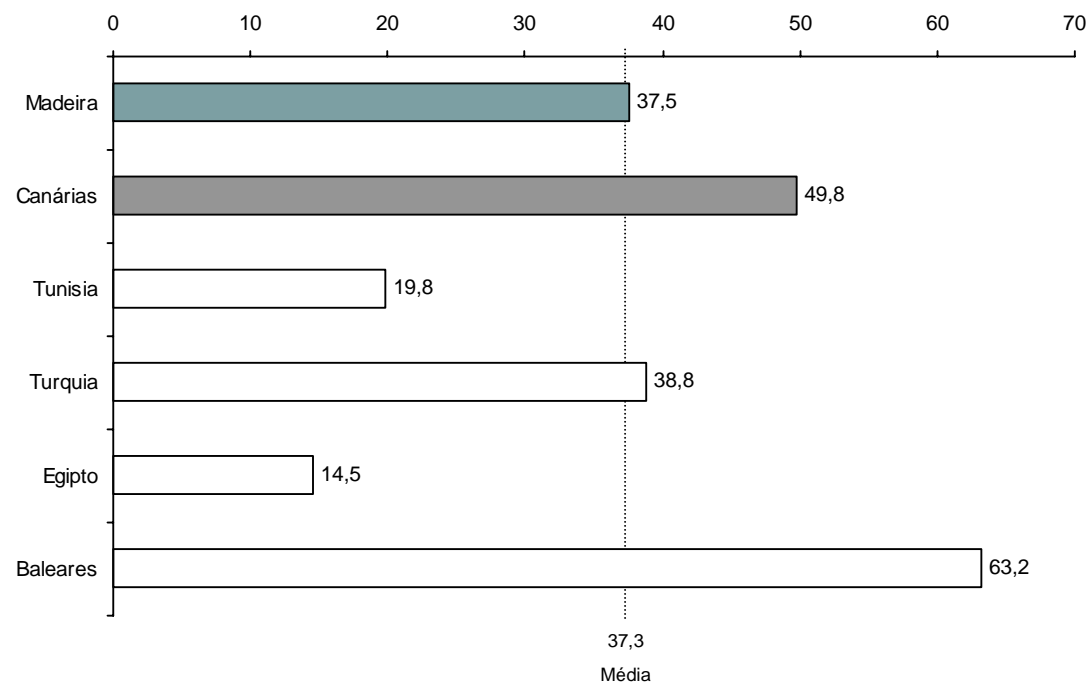
Distribuição global de páginas por destinos
(% do nº total de páginas)



671 páginas no total

37,3 páginas / destino / brochura

Nº Médio de páginas por brochura
(nº total de páginas)



... num mercado onde a representatividade das Baleares e Canárias, em conjunto, é de 51% do total da amostra

Destaque, na análise da tipologia de informação neste universo, a representatividade da *Apresentação* do destino Madeira; também no *item Actividades* a Madeira supera as Canárias

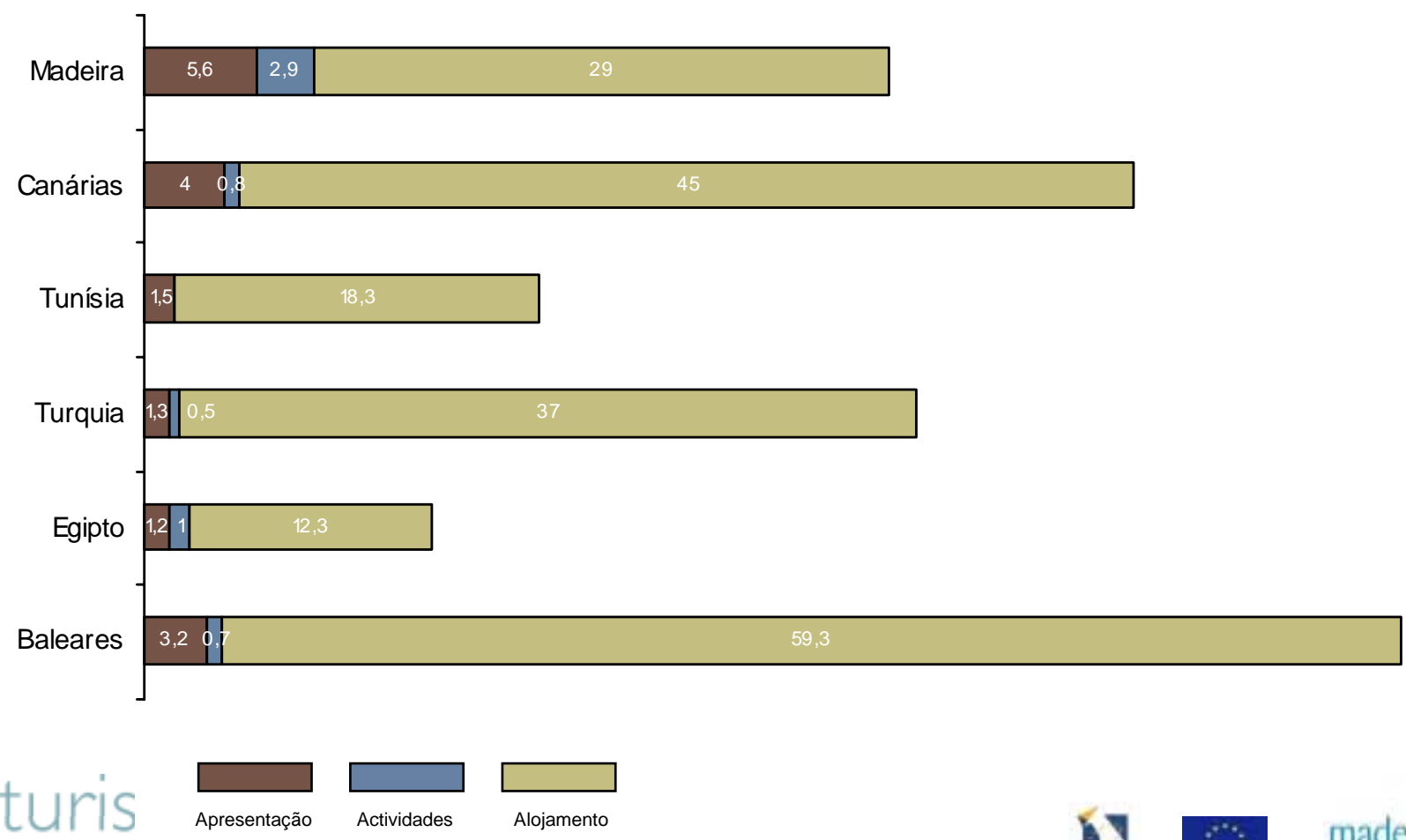
Rep.

Qual.

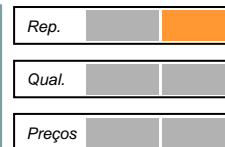
Preços

ALEMANHA
Pág. Brochuras

Distribuição de páginas por tipologia de informação
(nº total de páginas)

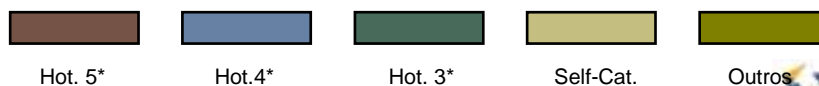
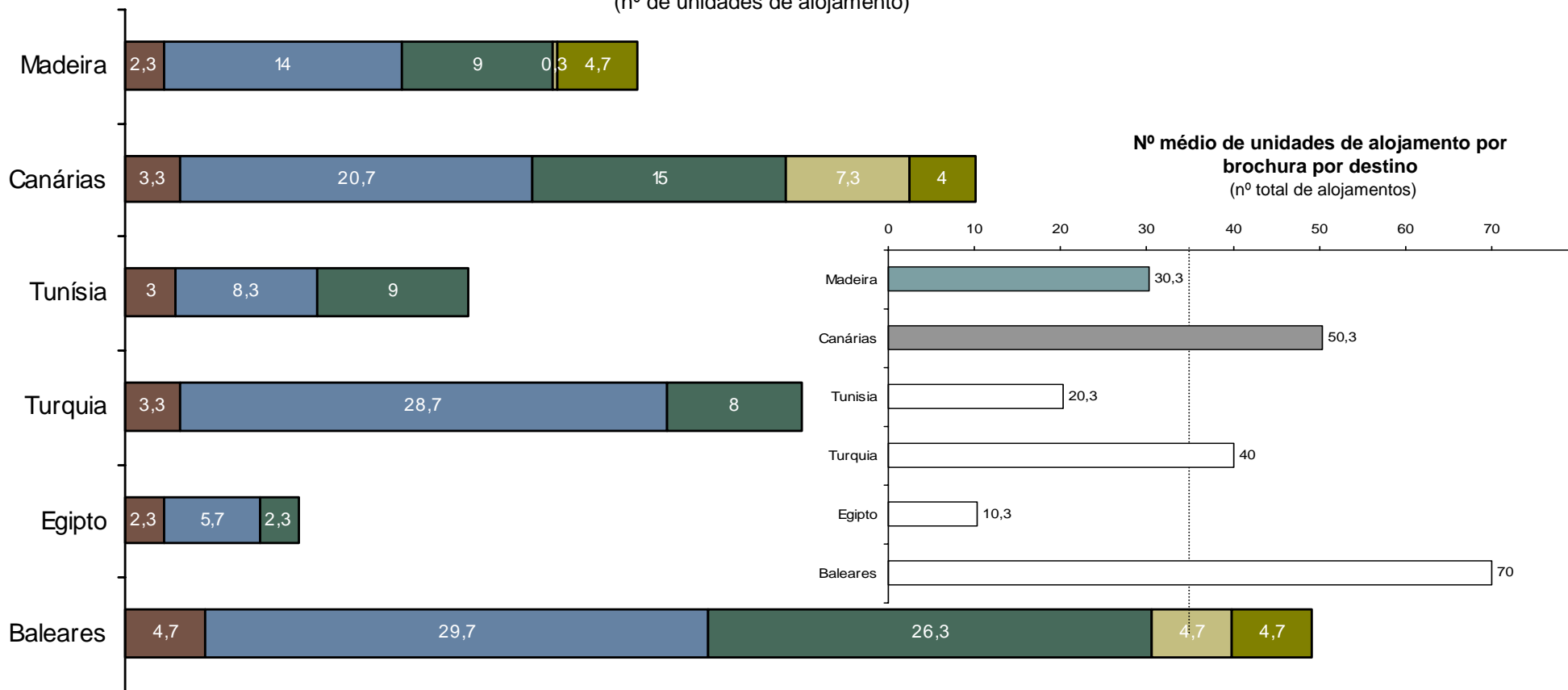


Destaca-se neste mercado o equilíbrio – em número – das unidades de 5* nos destinos analisados; a principal diferença entre Madeira e Canárias é a presença, nestas últimas, de unidades Self-Catering



ALEMANHA
Nº Aloj.

Distribuição da oferta de alojamento por destino e tipologia
(nº de unidades de alojamento)



Resumo da representatividade dos destinos Madeira e Canárias nas brochuras da Alemanha – Verão 2004

Rep.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Qual.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Preços	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ALEMANHA

Resumo

O mercado Alemão foca a sua oferta de Verão em destinos Sol & Mar para onde tradicionalmente os seus fluxos se dirigem, Canárias e Baleares.

Em relação à Madeira, o facto dos principais operadores a incluírem em brochuras multi-destino e mono-destino, proporciona uma representatividade interessante neste mercado.

No mercado Sueco, onde se analisaram cerca de 450 unidades de alojamento ⁽¹⁾, as unidades Self-Catering são as mais representados, com 69% do total ...

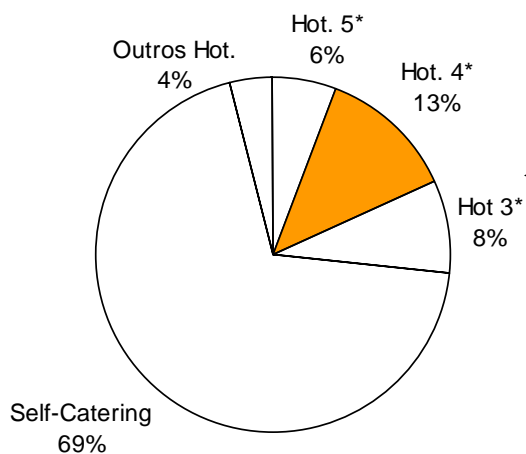
Rep.	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: #f4a460;"></div>
Qual.	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: #cccccc;"></div>
Preços	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: #cccccc;"></div>

SUÉCIA

Nº Aloj.

Distribuição global de alojamentos por tipologia

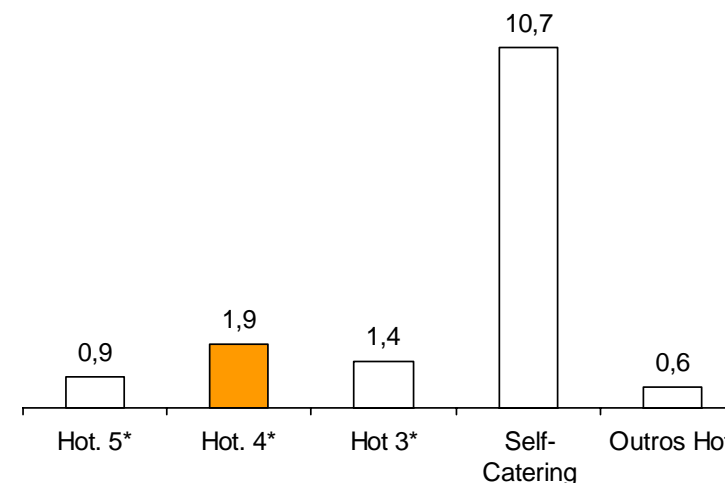
(% do nº total de unid. de alojamento)



448 unidades de alojamento no total
15,5 alojamentos / brochura / destino

Distribuição de unid. de alojamento por brochura

(nº total de unid. de alojamento)



... num mercado onde a representatividade das unidades de 4* é de 13%

⁽¹⁾ Cada unidade pode estar representada mais do que uma vez nas diferentes brochuras

Síntese Verão 2004

Na óptica da análise dos destinos da Madeira e Canárias no conjunto dos mercados emissores em estudo

O mercado Alemão é também o que destaca mais páginas por brochura à hotelaria da Madeira, sendo também o que mais apresenta o destino

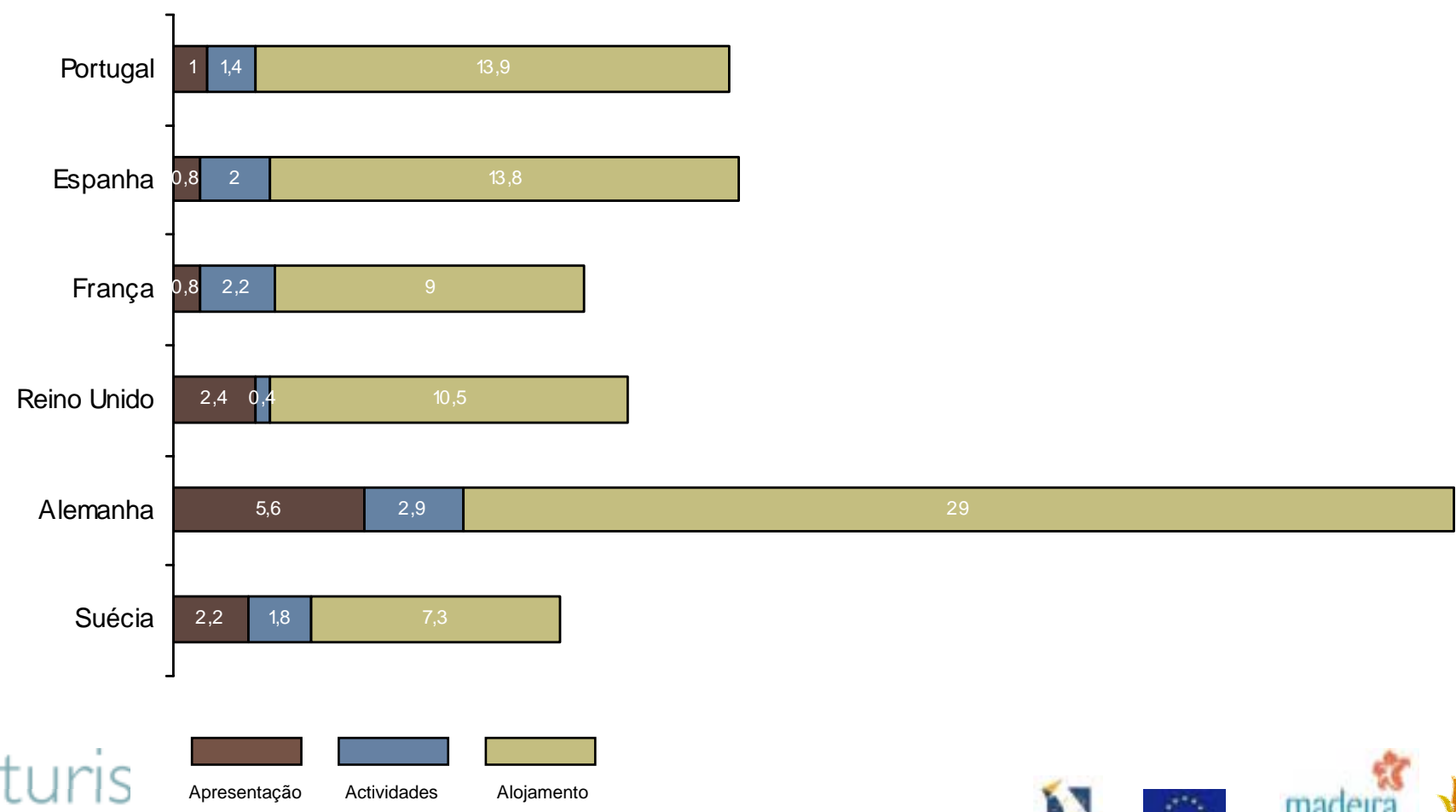
Rep.

Qual.

Preços

MADEIRA
Pág. Brochuras

Distribuição de páginas por tipologia de informação
(nº total de páginas)

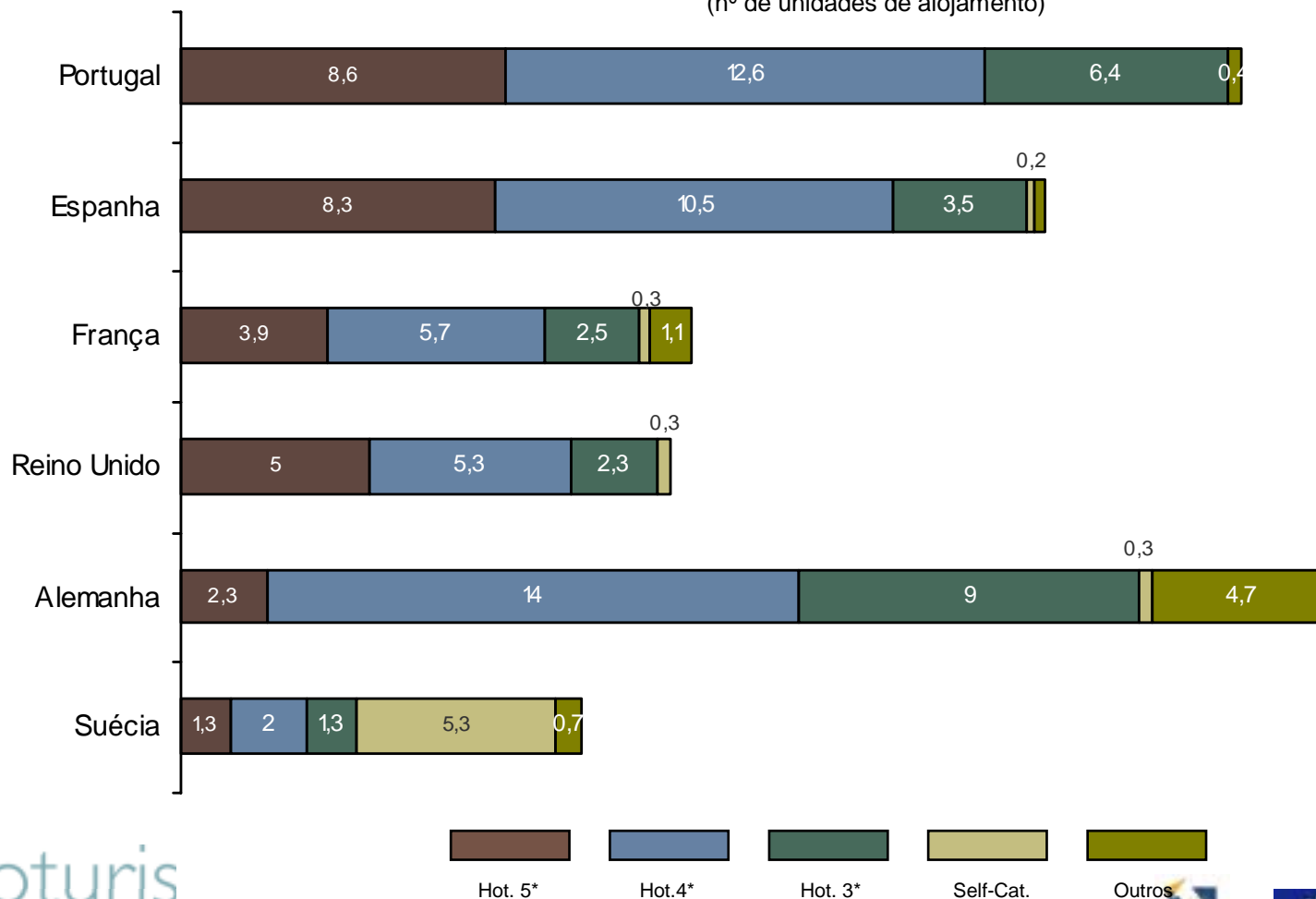


A Alemanha oferece nas brochuras dos seus operadores menos unidades de 5* do que quase todos os outros mercados, sendo o que mais alojamentos de 3* apresenta

Rep.	
Qual.	
Preços	

MADEIRA
Nº Aloj.

Distribuição da oferta de alojamento por mercado e tipologia
(nº de unidades de alojamento)



O mercado Espanhol é também o que destaca mais páginas por brochura à hotelaria das Canárias, sendo no entanto o mercado Sueco o que mais apresenta o destino

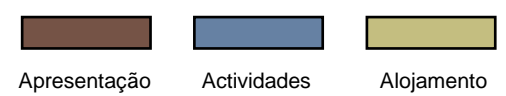
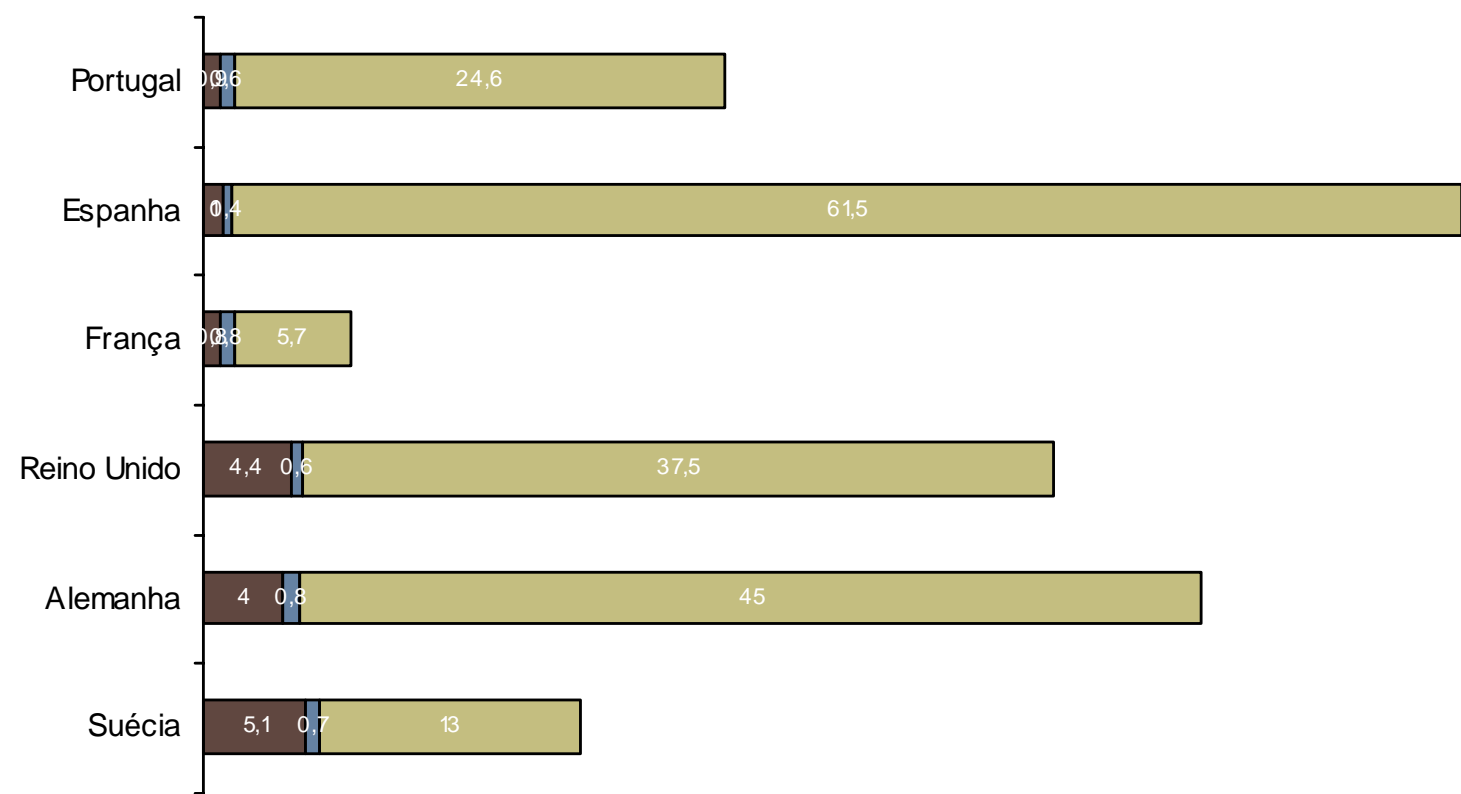
Rep.

Qual.

Preços

CANÁRIAS
Pág. Brochuras

Distribuição de páginas por tipologia de informação
(nº total de páginas)



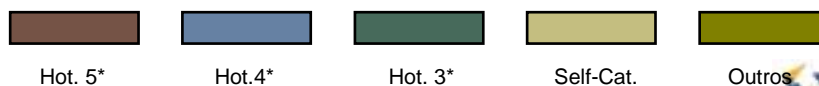
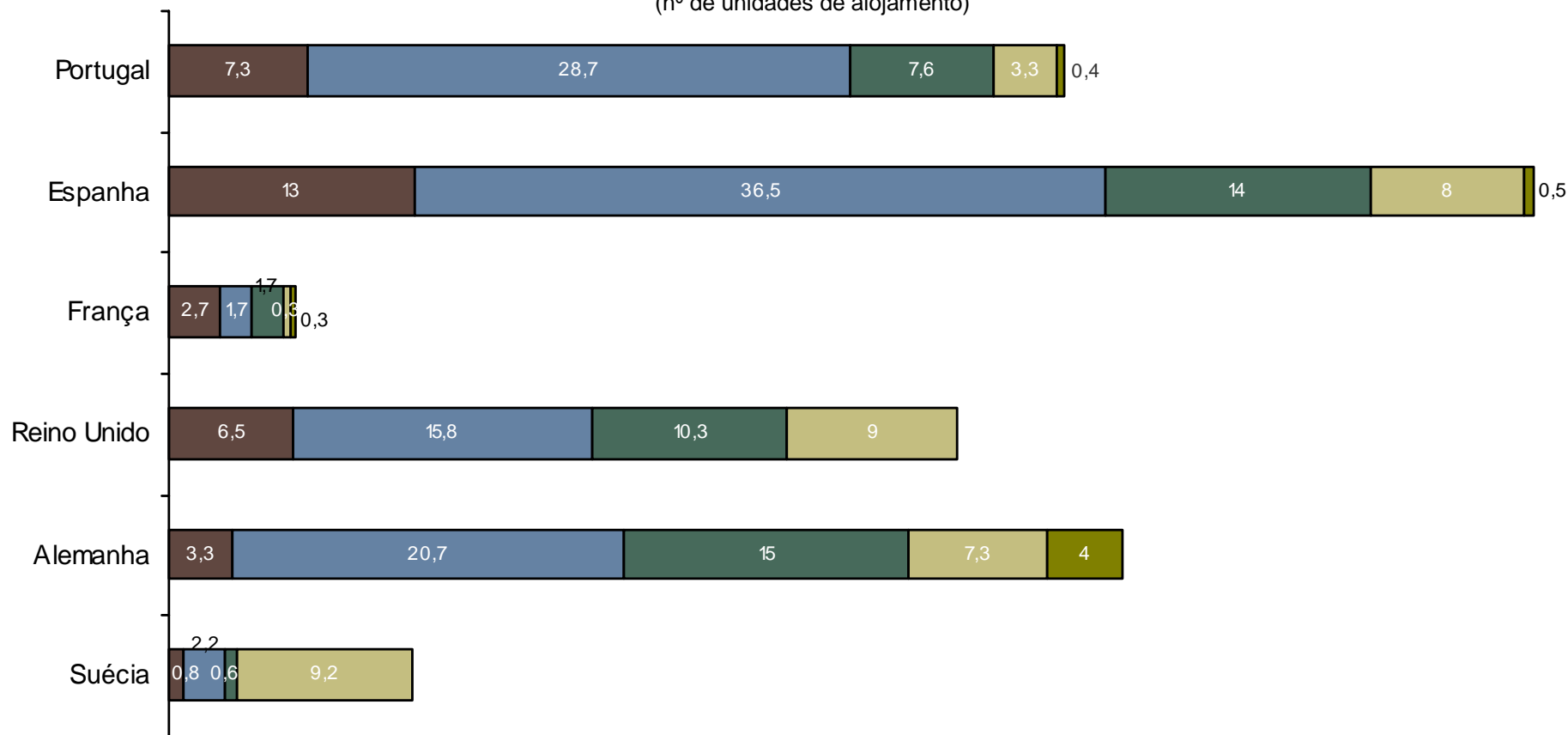
A oferta hoteleira de 4* é a categoria hoteleira mais representativa na maior parte dos mercados emissores analisados

Rep.	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: #f4a460;"></div>
Qual.	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: #cccccc;"></div>
Preços	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: #cccccc;"></div>

CANÁRIAS

Nº Aloj.

Distribuição da oferta de alojamento por mercado e tipologia
(nº de unidades de alojamento)



Resumo da representatividade dos destinos Madeira e Canárias nas brochuras do Verão de 2004

Rep.	
Qual.	
Preços	

**MADEIRA
CANÁRIAS**

Resumo

- ❑ De forma semelhante ao Inverno, o mercado Alemão é o que dedica mais páginas por brochura à Madeira (o dobro do número de páginas que o mercado de Portugal) sendo também o mercado que apresenta uma maior oferta de alojamento neste destino, embora a diferença para Portugal seja diminuta (30 unidades de alojamento por brochura na Alemanha contra 28 unidades / brochura no mercado de Portugal);
- ❑ O mercado onde as Canárias apresentam uma maior representatividade em termos de páginas de brochuras e de unidades de alojamento por brochura é o de Espanha. Para este destino, o mercado que dedica mais páginas à apresentação do destino é o Sueco (12,4 páginas / brochura);
- ❑ No Verão, e para a Alemanha, a representatividade das unidades de alojamento de 3 estrelas na Madeira aumenta para 30% do total de oferta. Para as Canárias a categoria de alojamento mais representativa no seu mercado principal (Espanha) é a de 4 estrelas (50% da oferta global) logo seguida das categorias de 3 e 5 estrelas (38% no conjunto do total). O segundo mercado com maior representatividade (Alemanha) concentra a oferta de alojamento ao nível das 4 estrelas; e
- ❑ Em termos de representatividade das fotografias, os mercados acompanham este indicador da mesma forma que as páginas por brochura dedicadas aos destinos.

As Canárias conseguem a sua maior representatividade no mercado interno (Espanha) enquanto que a Madeira observa uma maior representatividade no mercado estrangeiro da Alemanha.

Introdução e enquadramento

Objectivos do projecto e metodologia utilizada

Amostra das Brochuras / Operadores Turísticos

Análise de Representatividade

Análise Qualitativa

Análise de *Packages* / Preços

Conclusões e Recomendações

A análise da Imagem dos Destinos é entendida como uma Análise Qualitativa das imagens e textos de apresentação dos destinos nas diferentes brochuras

A Análise Qualitativa foi desenvolvida em duas etapas distintas e consecutivas:

(1) Qualidade de textos e imagens – nesta etapa, pretendeu-se efectuar uma análise global da apresentação do destino na brochura.

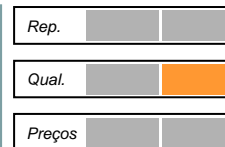
(2) Análise da vocação turística dos destinos nas brochuras – considerou-se pertinente a análise da orientação turística da brochura, tendo-se identificado, com base na experiência da equipa de consultoria, os produtos / motivações turísticas mais importantes nos destinos da Madeira e das Canárias.

Para ambas as etapas, o processo da análise qualitativa foi efectuada tendo por base uma escala de cinco valores, com o seguinte significado:

- 1 – Mau / Inexistente
- 2 – Reduzido
- 3 – Razoável
- 4 – Bom
- 5 – Excelente

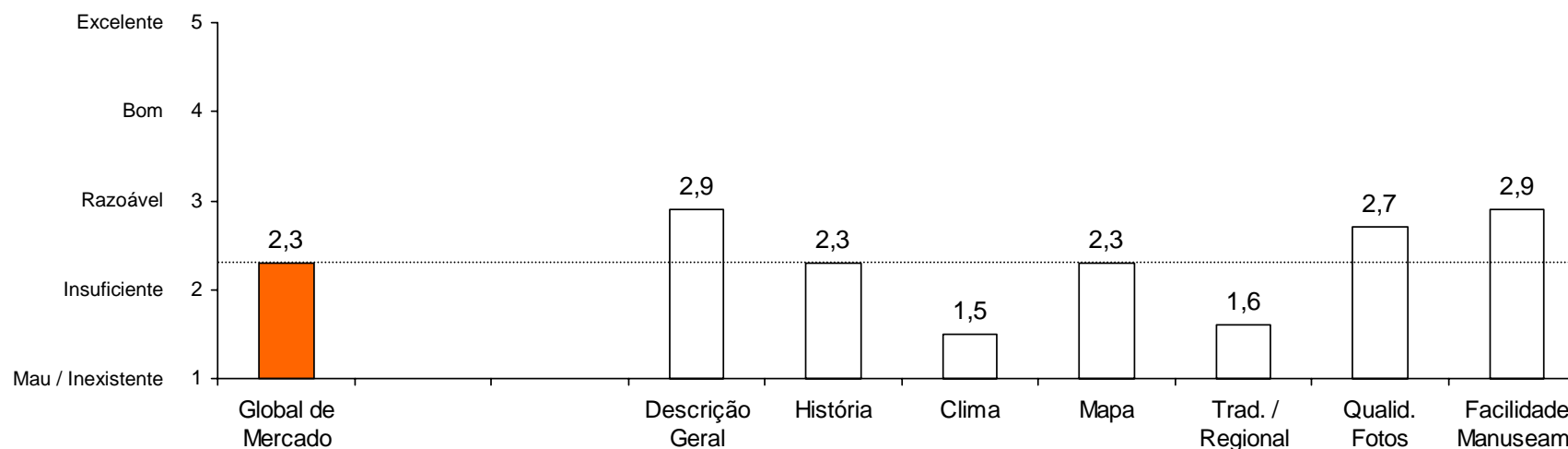
Análise Qualitativa – Verão 2004

Nas brochuras do mercado nacional as vertentes de *Descrição Geral* e *Facilidade de Manuseamento* são as melhores apresentadas, numa média global de mercado de 2,3 (de 1 a 5),...



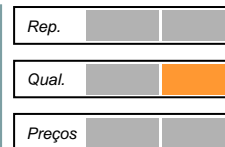
PORTUGAL
Qualidade

Análise qualitativa global por critério
(valores de qualificação)



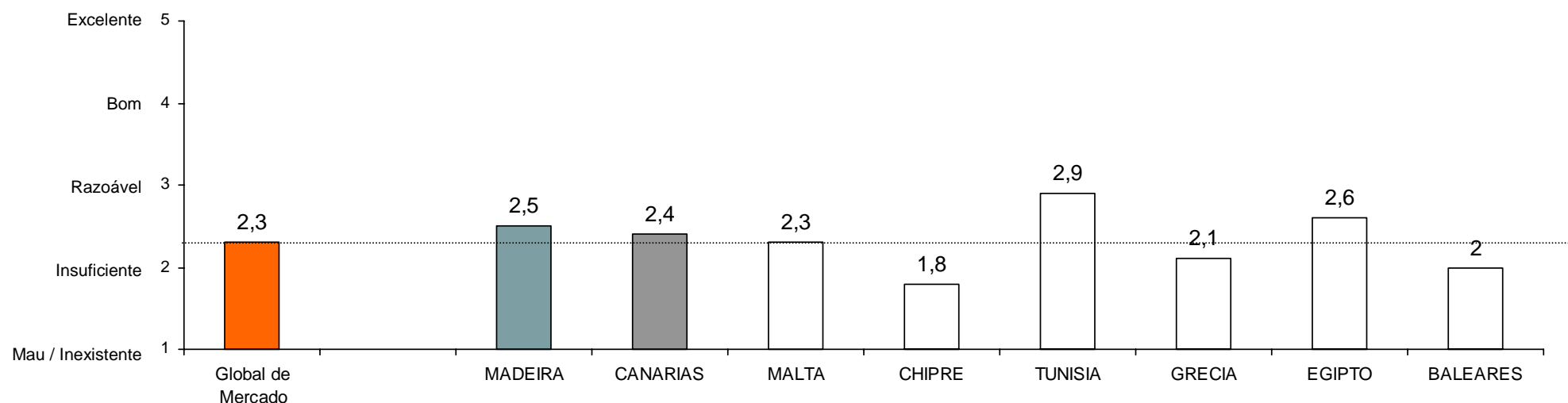
... sendo, por outro lado, as vertentes *Clima e Tradição* as menos qualificadoras dos destinos

A Madeira (2,5) e as Canárias (2,4) são destinos que apresentam uma qualificação competitiva nas brochuras dos operadores turísticos Portugueses,...



PORTUGAL
Qualidade

Análise qualitativa por destino
(valores de qualificação)



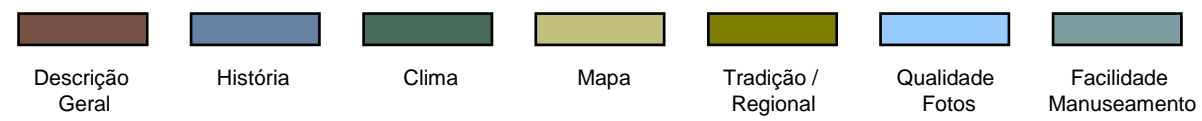
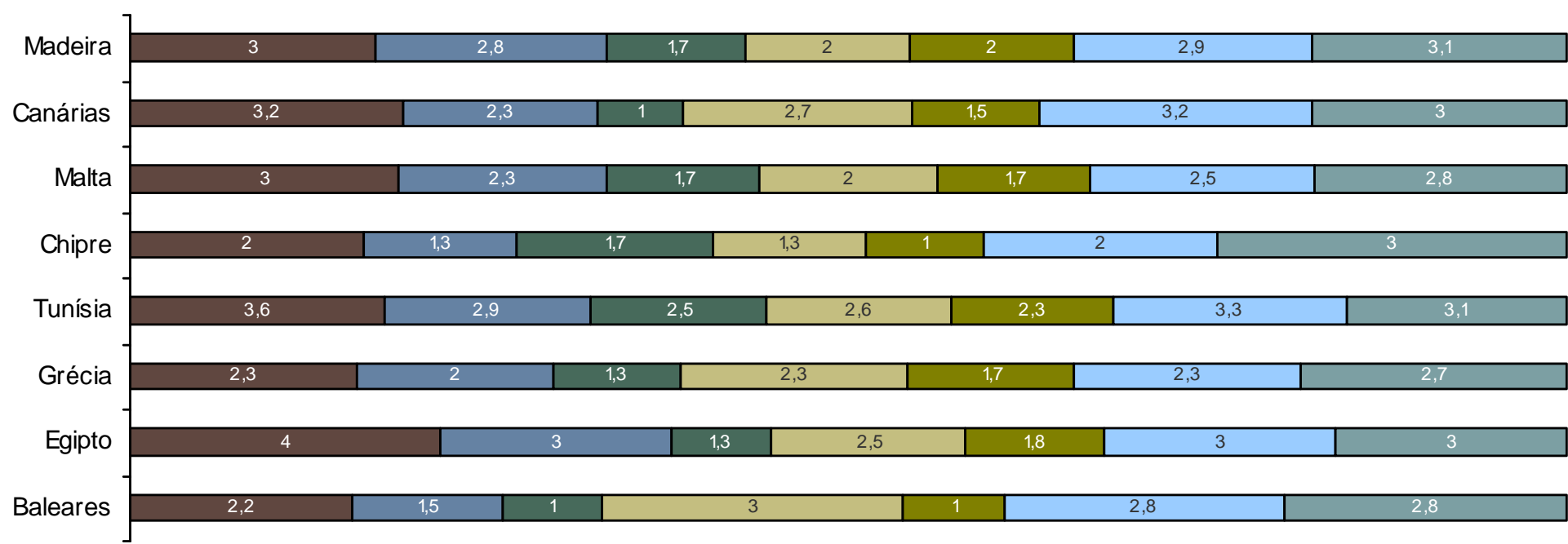
... sendo ultrapassados, numa avaliação global, pela Tunísia e Egipto; a Tunísia é o destino que apresenta uma maior qualidade quando analisadas as diversas vertentes

Podem comparar-se as diferentes valências em análise para cada um dos destinos da amostra



PORTUGAL
Qualidade

Avaliação de cada destino por critério
(valores de qualificação)



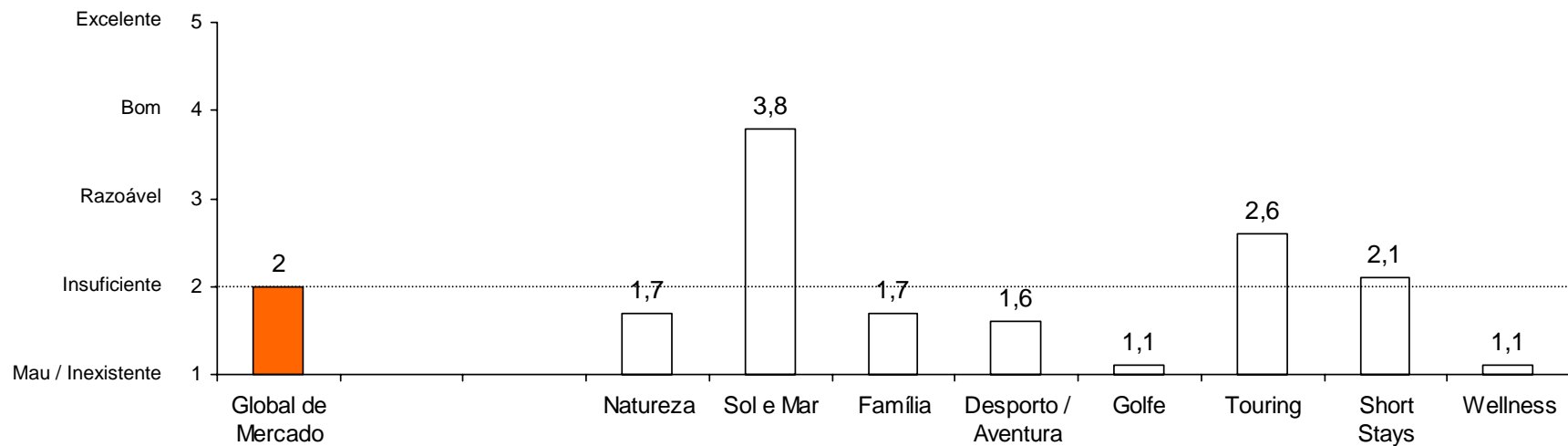
A globalidade das brochuras Portuguesas valoriza de forma significativamente positiva a vocação *Sol e Mar*, dos destinos...



PORTUGAL
Vocação Tur.

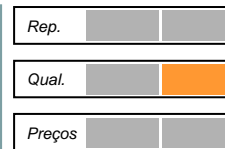
Vocação Turística global média do mercado
(valores de qualificação)

Análise da vocação turística das brochuras
(valores de qualificação)



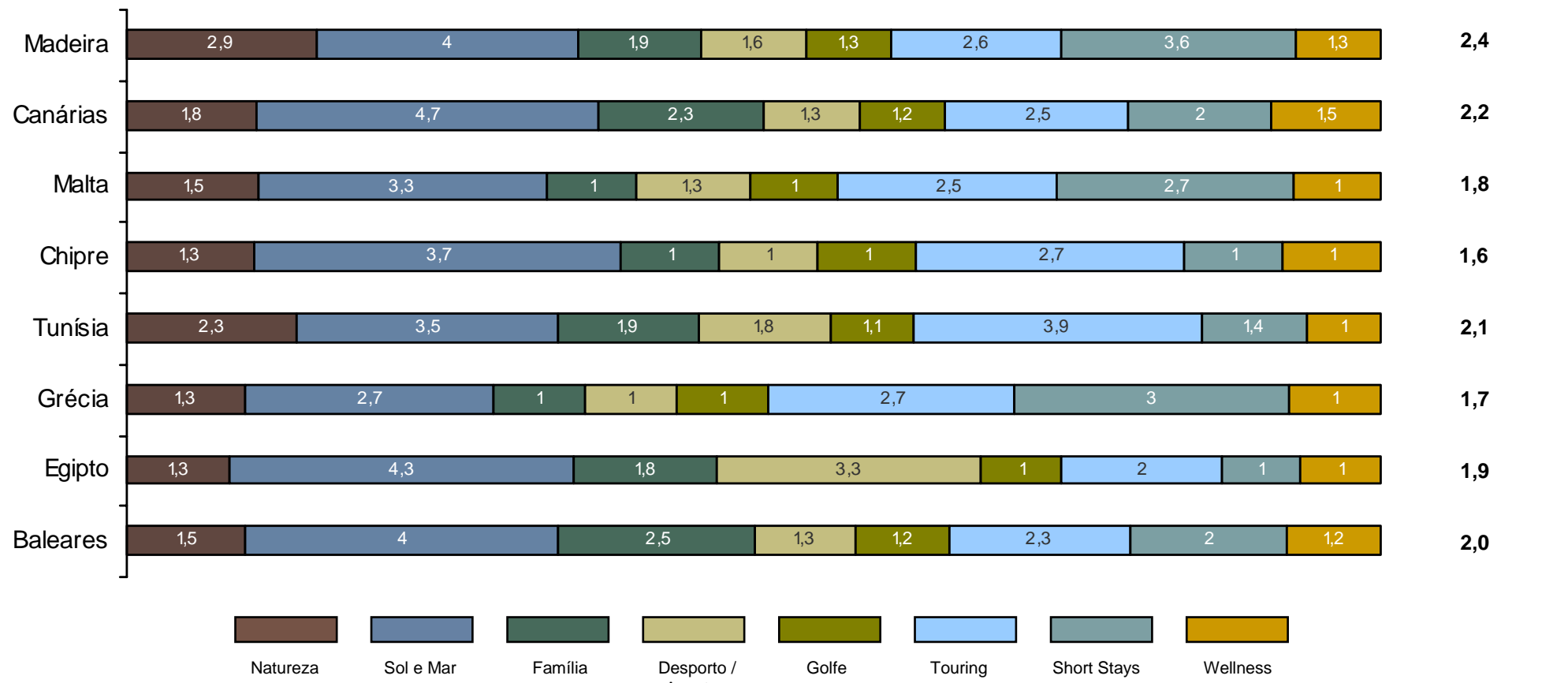
... sendo, por outro lado, menos valorizada a sua atractividade para as vocações de *Golfe e Wellness*

Podem comparar-se as diferentes vocações em análise para cada um dos destinos da amostra



PORTUGAL
Vocação Tur.

Vocação Turística para cada destino
(valores de qualificação)



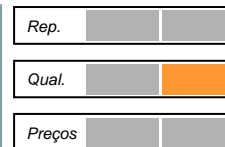
Resumo da imagem dos destinos Madeira e Canárias nas brochuras de Portugal



PORTUGAL
Resumo

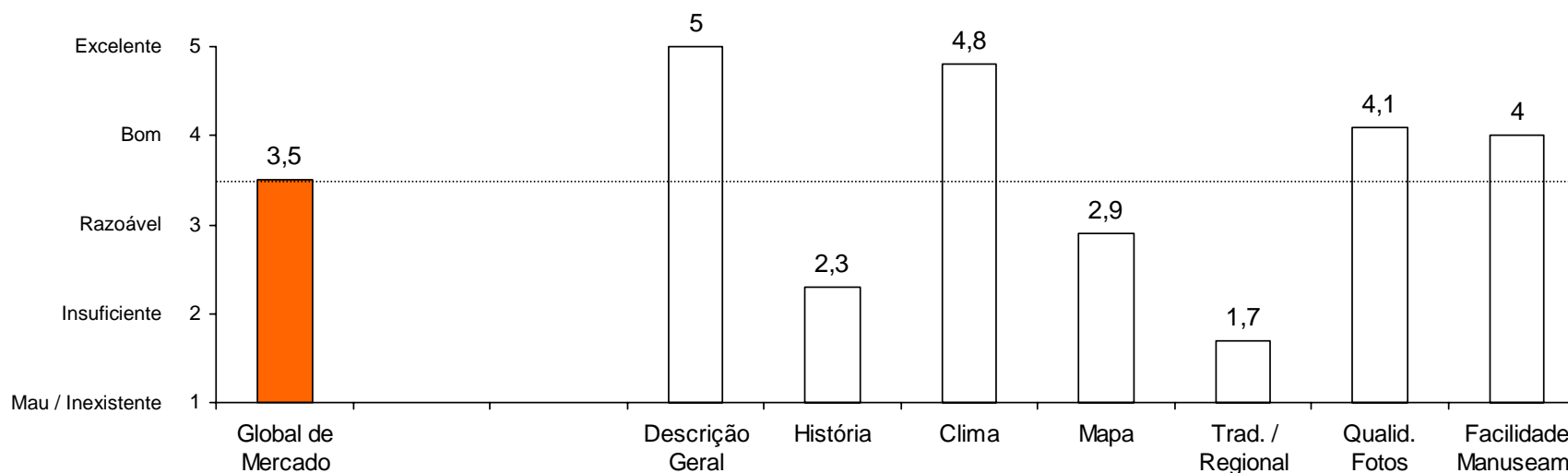
As brochuras Portuguesas, apresentam um conjunto reduzido de informações sobre os destinos, não transmitindo uma imagem clara das potencialidades dos Destinos Madeira e Canárias.

Nas brochuras do mercado do Reino Unido as vertentes de *Descrição Geral* e a *Clima* são as melhor apresentadas, numa média global de mercado de 3,5 (de 1 a 5),...



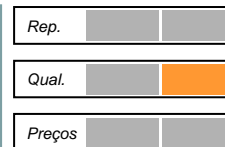
REINO UNIDO
Qualidade

Análise qualitativa global por critério
(valores de qualificação)



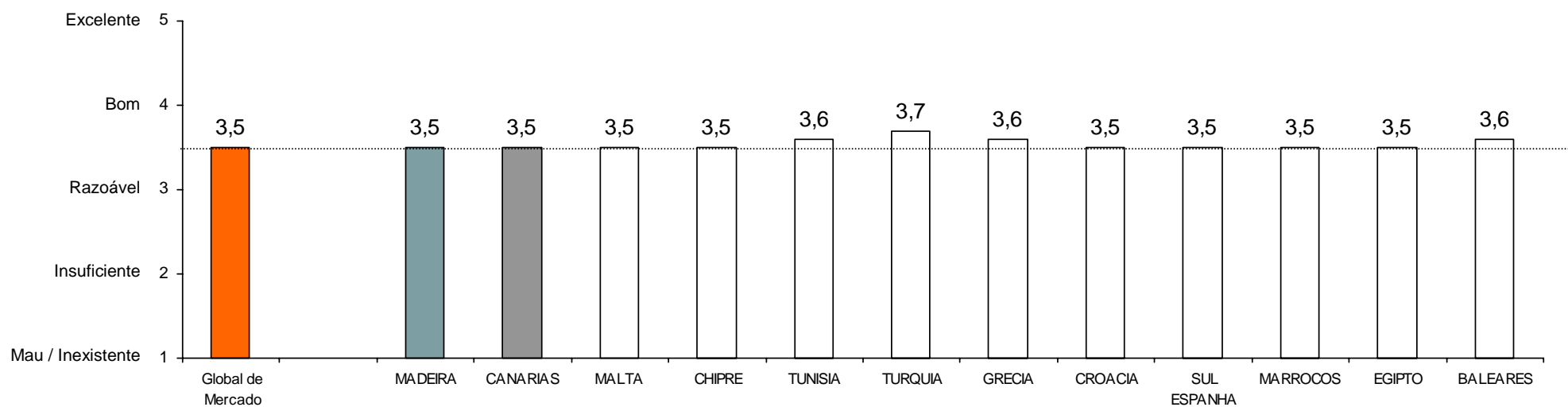
... sendo, por outro lado, a vertente *Tradição* a menos qualificada dos destinos nas brochuras dos operadores turísticos

A Madeira (3,5) e as Canárias (3,5) são destinos que apresentam uma qualificação competitiva nas brochuras dos operadores turísticos do Reino Unido,...



REINO UNIDO
Qualidade

Análise qualitativa por destino
(valores de qualificação)



... num mercado onde não se destacam – pela positiva ou pela negativa – nenhum dos destinos em análise

Podem comparar-se as diferentes valências em análise para cada um dos destinos da amostra

Rep.

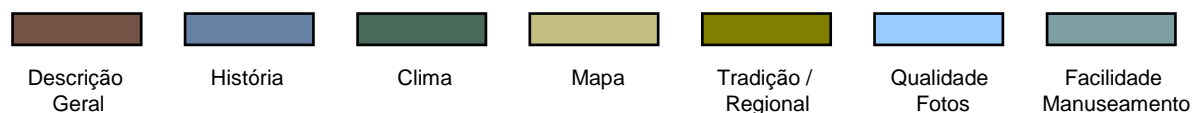
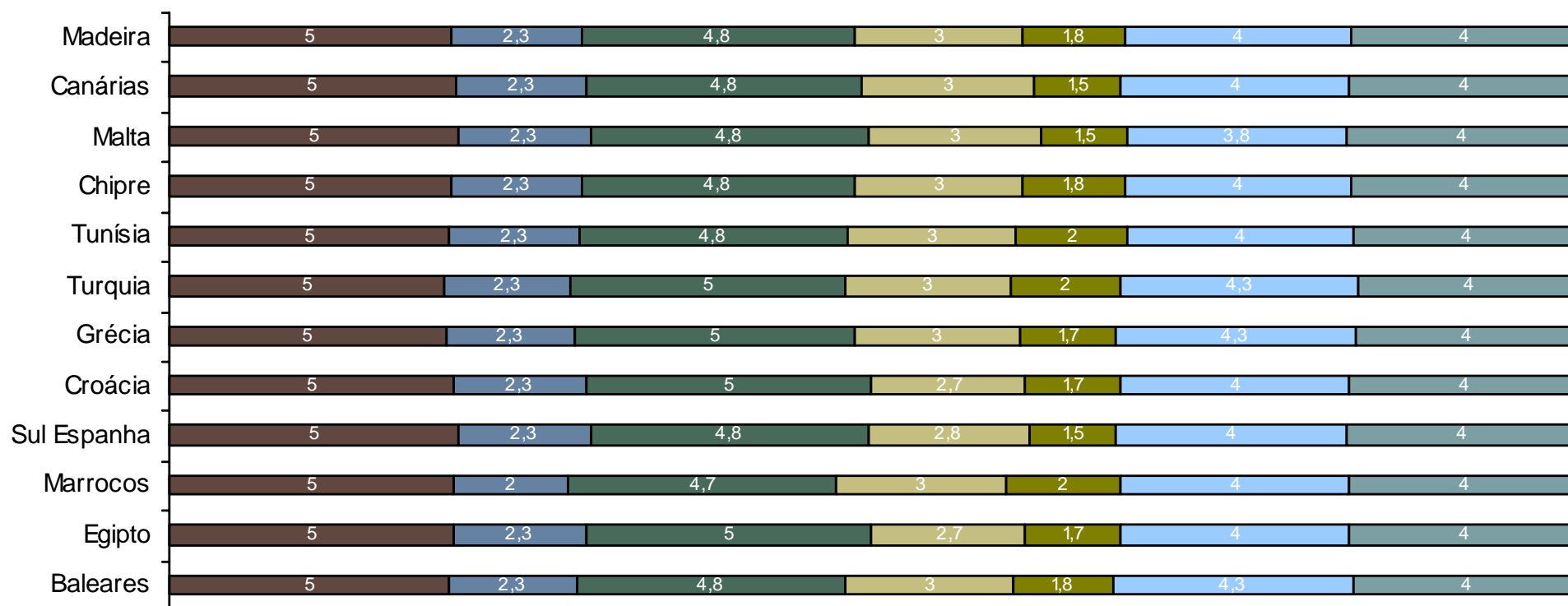
Qual.

Preços

REINO UNIDO

Qualidade

Avaliação de cada destino por critério
(valores de qualificação)



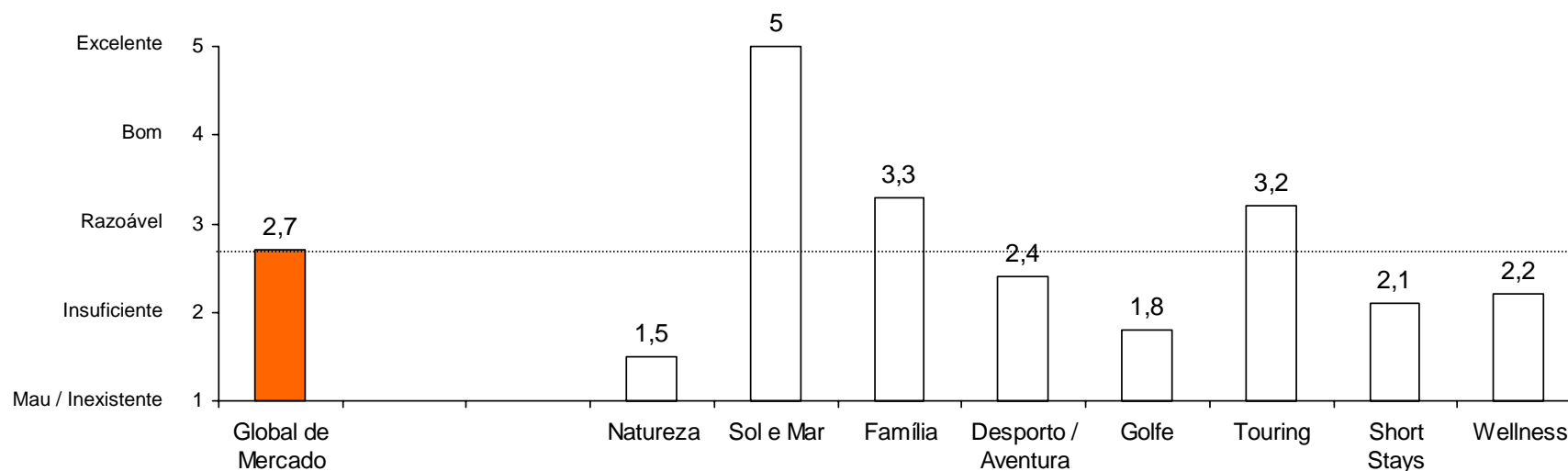
A globalidade das brochuras do Reino Unido valoriza de forma significativamente positiva a vocação *Sol e Mar*, dos destinos...

Rep.	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: #ccc;"></div>
Qual.	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: #ccc; background-image: linear-gradient(to right, #ccc 90%, #f4a460 90%);"></div>
Preços	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: #ccc;"></div>

REINO UNIDO
Vocação Tur.

Vocação Turística global média do mercado
(valores de qualificação)

Análise da vocação turística das brochuras
(valores de qualificação)



... sendo, por outro lado, menos valorizada a sua atractividade para as vocações de *Natureza e Golfe*

Podem comparar-se as diferentes vocações em análise para cada um dos destinos da amostra

Rep.

Qual.

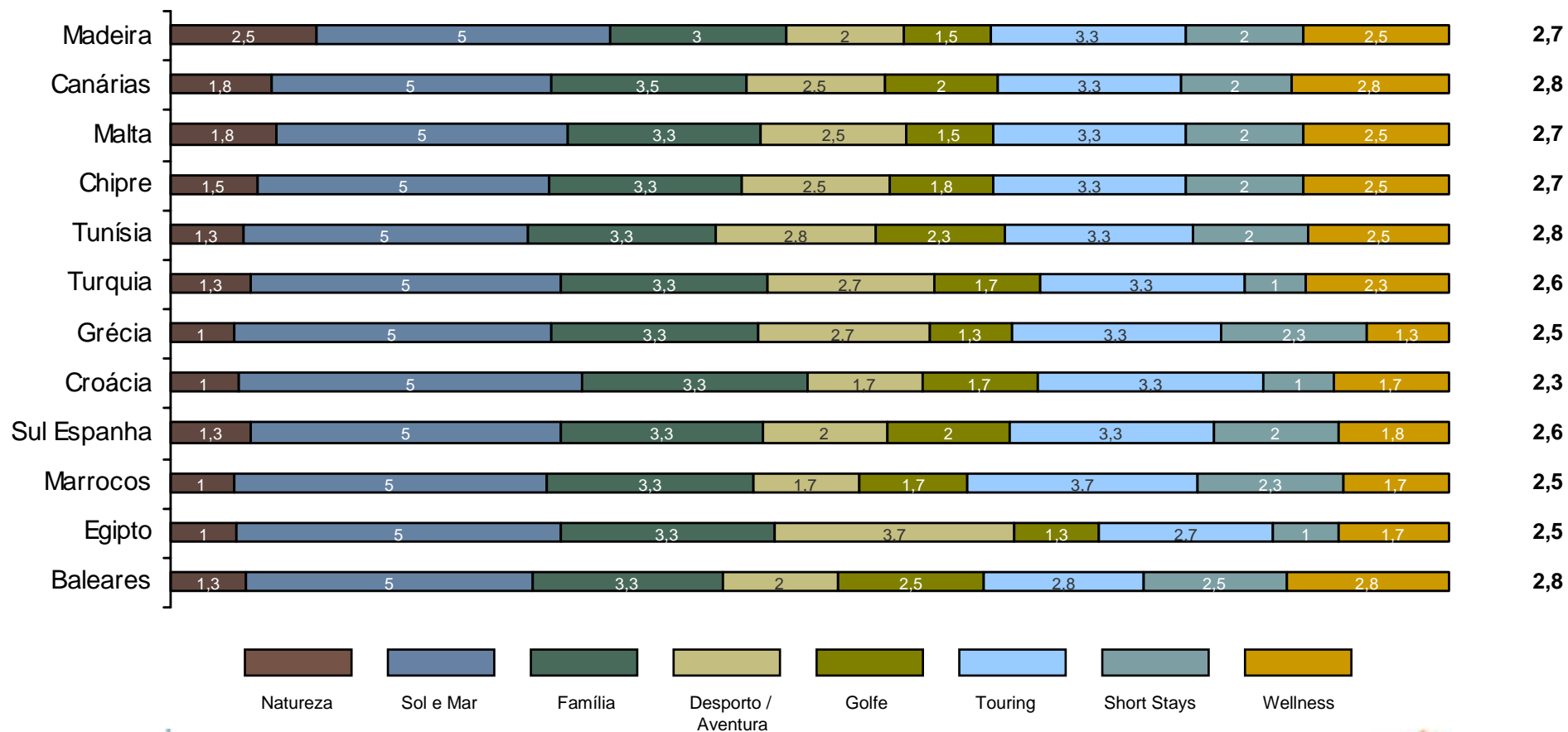
Preços

REINO UNIDO

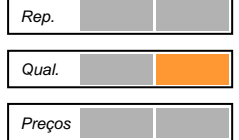
Vocação Tur.

Vocação Turística para cada destino
(valores de qualificação)

Global / Destino



Resumo da imagem dos destinos Madeira e Canárias nas brochuras do Reino Unido

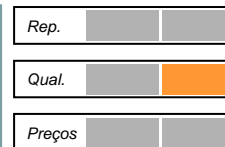


REINO UNIDO
Resumo

Conforme concluído da análise da época de Inverno, talvez seja no mercado Inglês que tanto a Madeira como as Canárias apresentem a Imagem de Destino mais próxima da desejada pelas Direcções de Promoção de ambos os Governos Regionais.

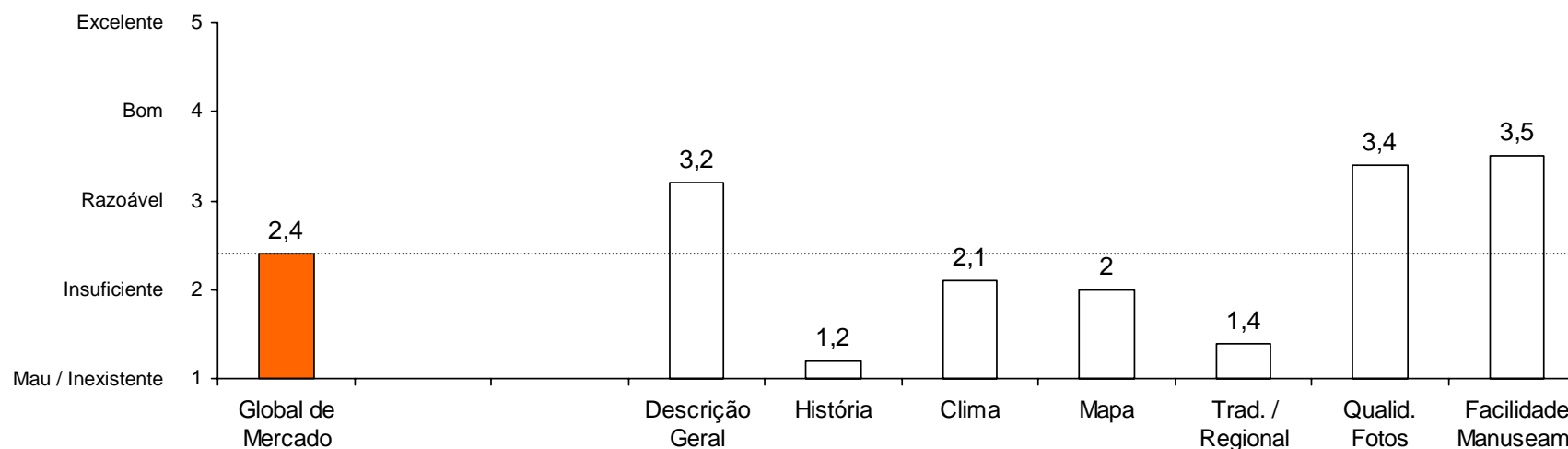
Porém, o mesmo é válido para os restantes concorrentes.

Nas brochuras do mercado Alemão as vertentes de *Facilidade de Manuseamento* e *Qualidade das Fotografias* são as melhores apresentadas, numa média global de mercado de 2,4 (de 1 a 5),...



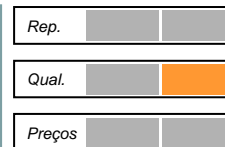
ALEMANHA
Qualidade

Análise qualitativa global por critério
(valores de qualificação)



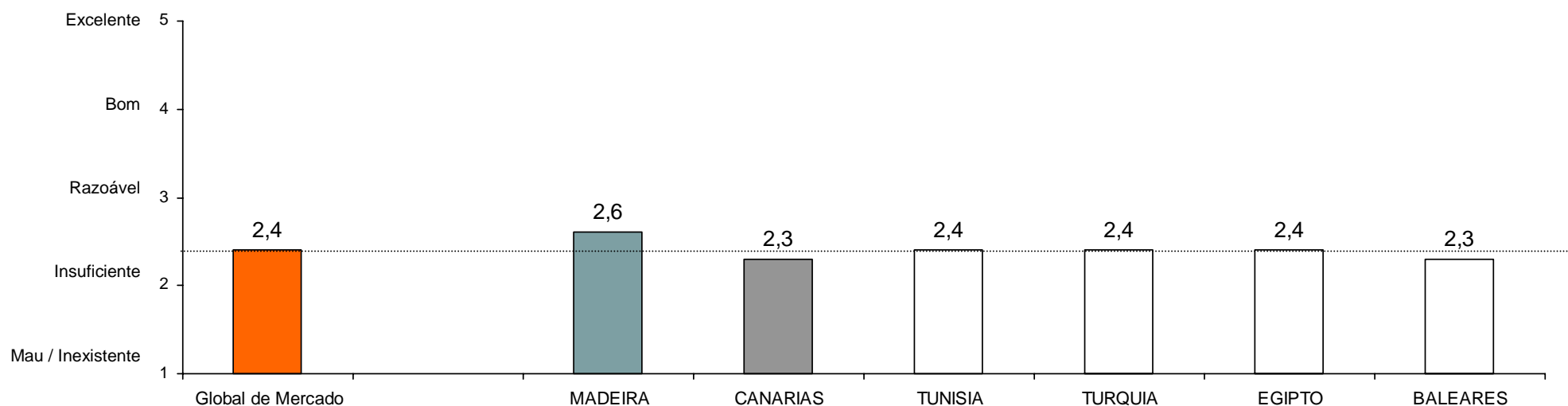
... sendo, por outro lado, as vertentes *Tradição* e *História* as menos qualificadoras dos destinos por parte dos operadores turísticos

A Madeira (2,6) e as Canárias (2,3) são destinos que apresentam uma qualificação competitiva nas brochuras dos operadores turísticos Alemães,...



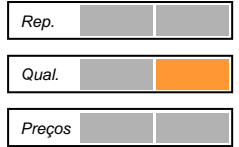
ALEMANHA
Qualidade

Análise qualitativa por destino
(valores de qualificação)



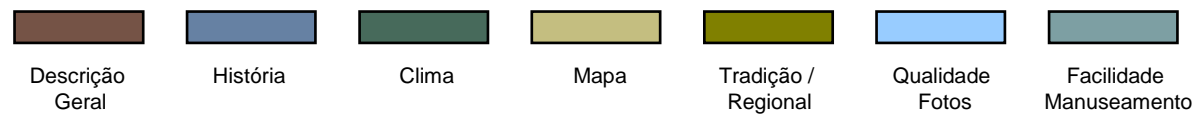
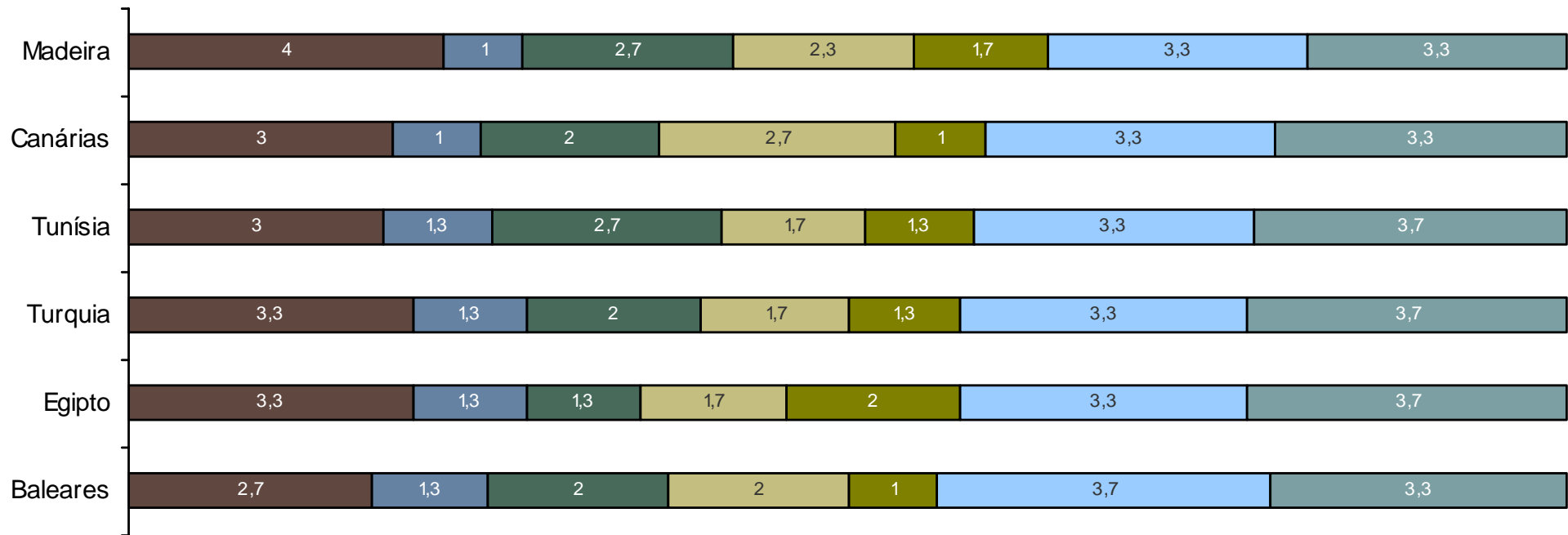
... sendo a Madeira o destino que apresenta a maior qualificação após a análise das diversas vertentes

Podem comparar-se as diferentes valências em análise para cada um dos destinos da amostra



ALEMANHA
Qualidade

Avaliação de cada destino por critério
(valores de qualificação)



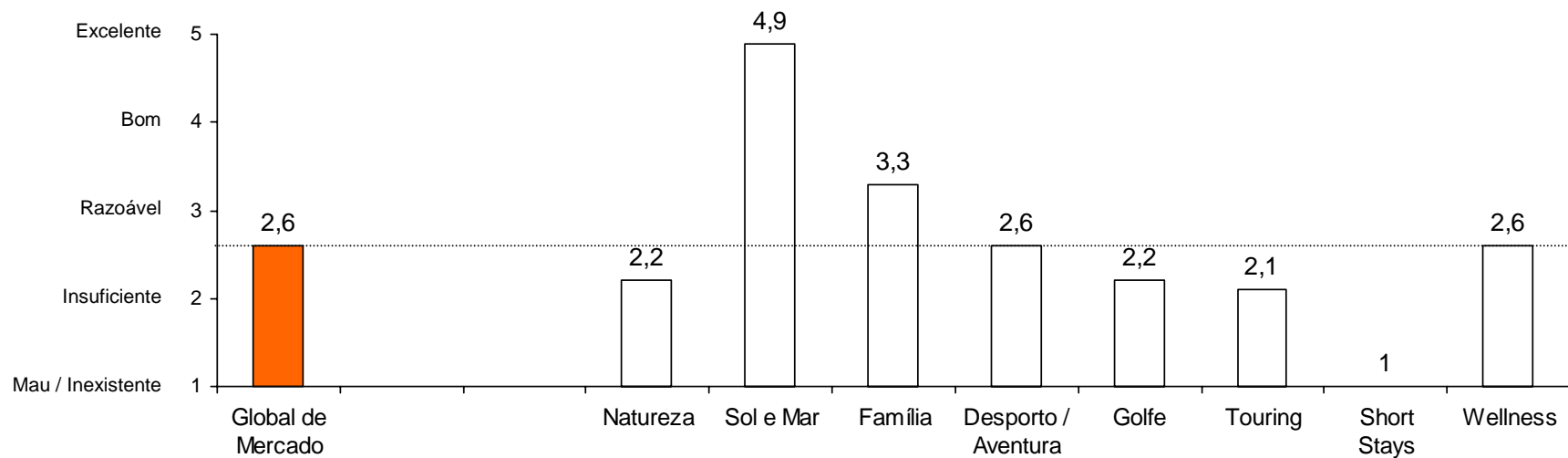
A globalidade das brochuras Alemãs valoriza de forma significativamente positiva a vocação *Sol e Mar*, dos destinos...

Rep.	<input type="checkbox"/>
Qual.	<input checked="" type="checkbox"/>
Preços	<input type="checkbox"/>

ALEMANHA
Vocação Tur.

Vocação Turística global média do mercado
(valores de qualificação)

Análise da vocação turística das brochuras
(valores de qualificação)



... sendo, por outro lado, menos valorizada a sua atractividade para as vocações de *Short Stays* e *Touring*

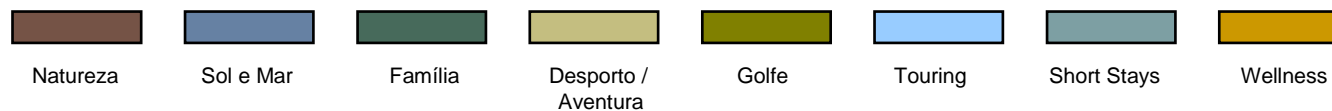
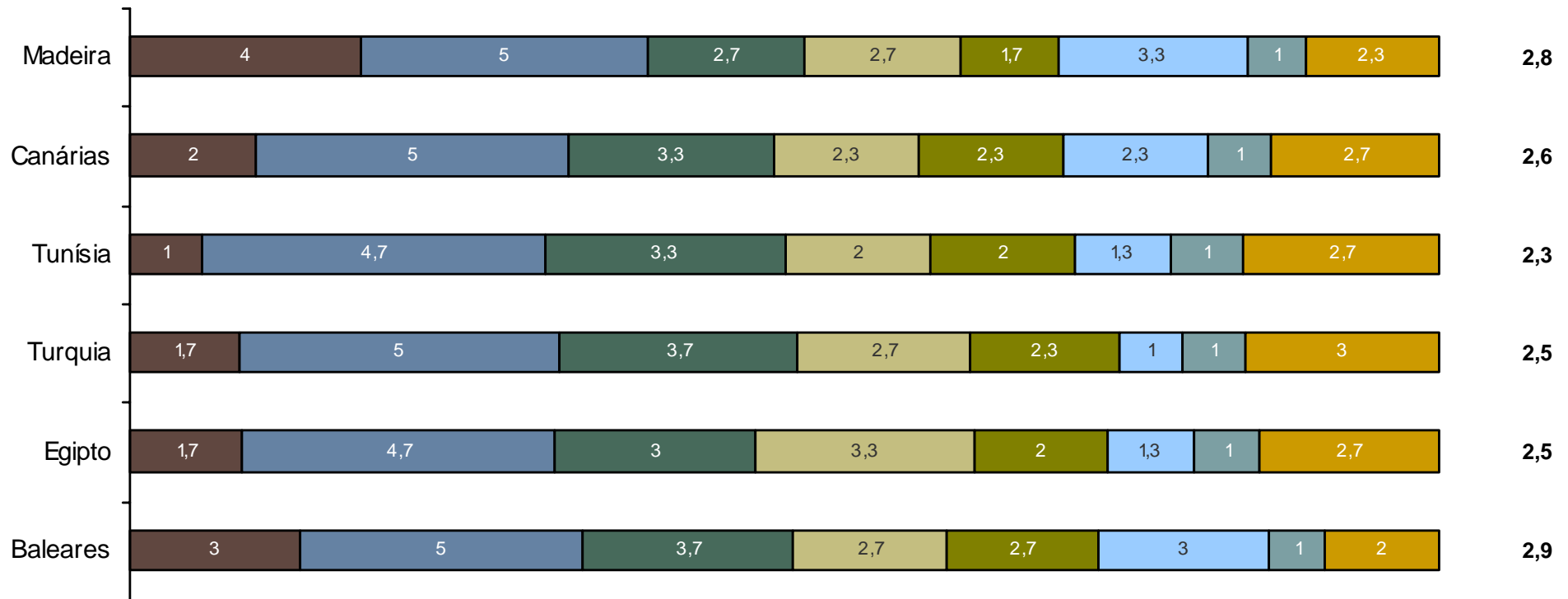
Podem comparar-se as diferentes vocações em análise para cada um dos destinos da amostra



ALEMANHA
Vocação Tur.

Vocação Turística para cada destino
(valores de qualificação)

Global / Destino



Resumo da imagem dos destinos Madeira e Canárias nas brochuras da Alemanha

Rep.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Qual.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Preços	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ALEMANHA

Resumo

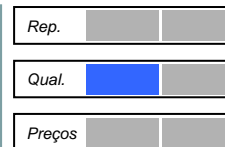
Tanto as Canárias como a Madeira apresentam uma forte Imagem ligada ao Sol & Mar complementada nas Canárias pelo produto Famílias e na Madeira pelo factor Natureza.

Globalmente as informações gerais sobre os destinos são reduzidas no mercado Alemão.

Síntese Inverno 2003/ 2004

Na óptica da análise dos destinos de Madeira Canárias no conjunto dos mercados emissores em estudo

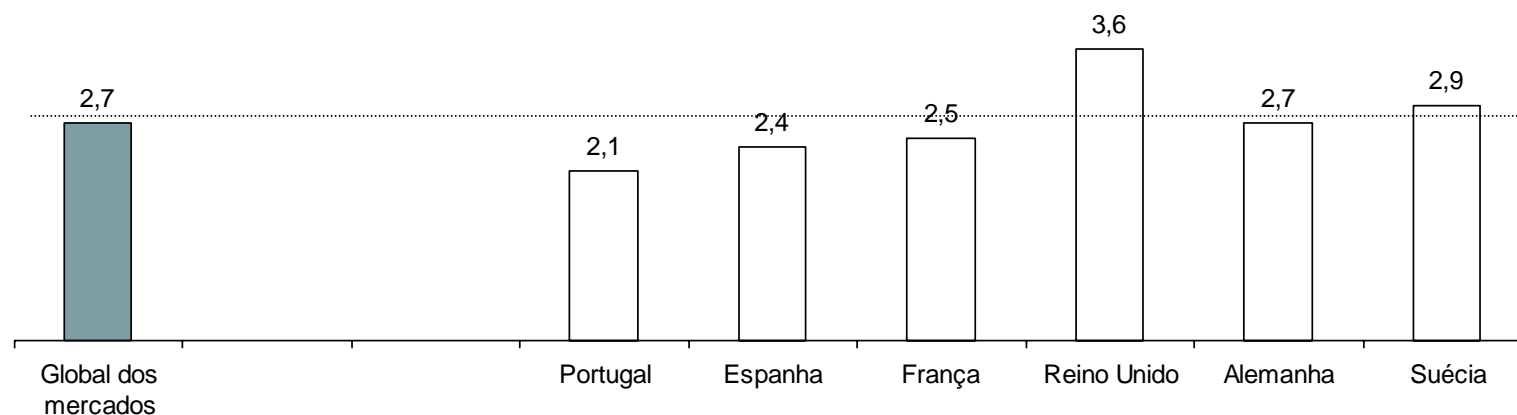
O Reino Unido (3,6) e a Suécia (2,9) são os que apresentam o destino da Madeira de forma mais competitiva nas brochuras,...



MADEIRA
Qualidade

Avaliação global média de todos os mercados
(valores de qualificação)

Análise qualitativa por mercado
(valores de qualificação)



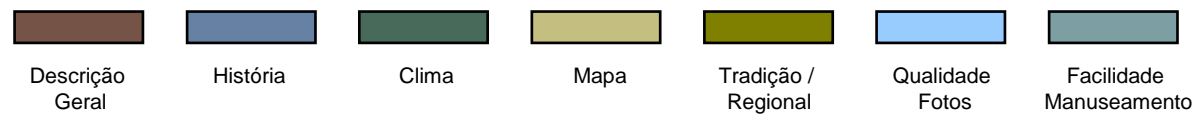
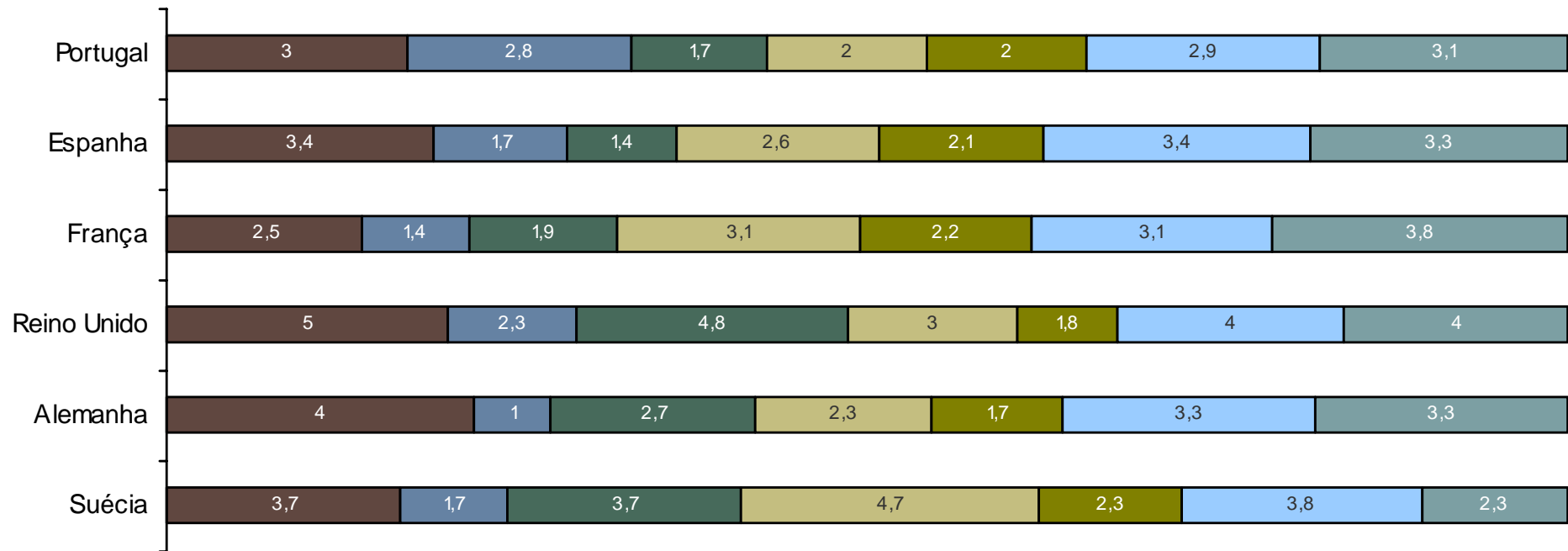
... sendo, Portugal, o mercado onde o destino da Madeira é apresentado com menor competitividade

Podem comparar-se as diferentes valências em análise em cada um dos mercados da amostra



MADEIRA
Qualidade

Avaliação da Madeira por mercado e critério
(valores de qualificação)



Os mercados de Portugal e do Reino Unido são os mercados que mais valorizam a atractividade do destino da Madeira,...

Rep.

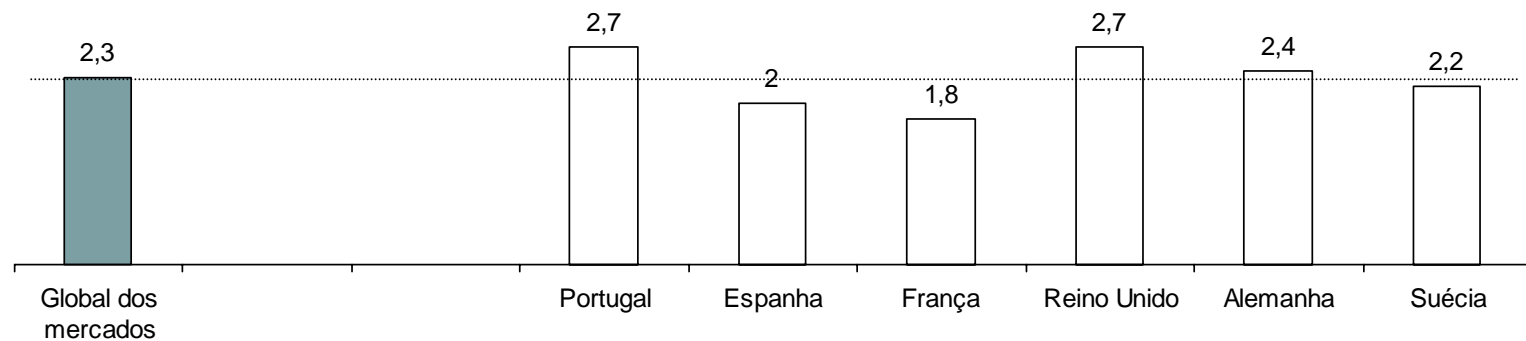
Qual.

Preços

MADEIRA
Vocação Tur.

Avaliação global média de todos os mercados
(valores de qualificação)

Análise qualitativa por mercado
(valores de qualificação)



... sendo, por outro lado, menos valorizada a sua atractividade nos mercados de Espanha e de França

Podem comparar-se as diferentes vocações da Madeira em cada um dos mercados da amostra

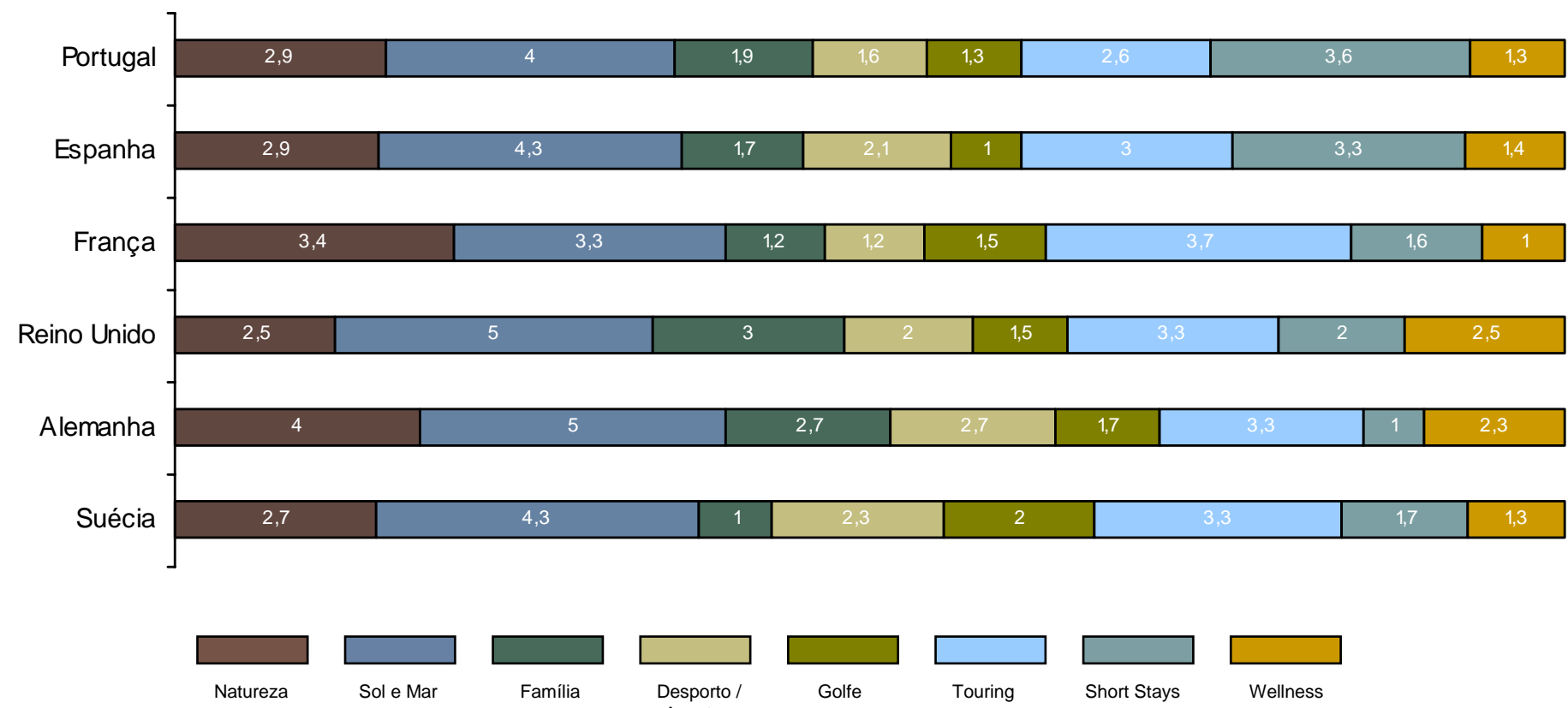
Rep.

Qual.

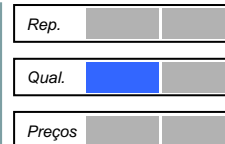
Preços

MADEIRA
Vocação Tur.

Avaliação da Madeira por mercado e motivação turística
(valores de qualificação)



O Reino Unido (3,6) e a Suécia (3,1) são os mercados que apresentam o destino das Canárias de forma mais competitiva nas brochuras,...

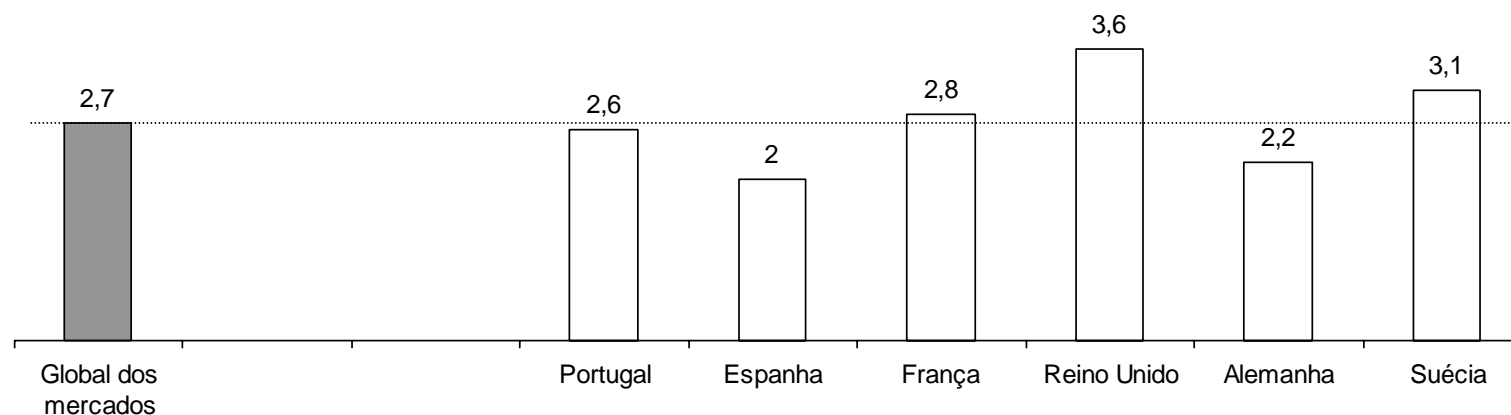


CANÁRIAS

Qualidade

Avaliação global média de todos os mercados
(valores de qualificação)

Análise qualitativa por mercado
(valores de qualificação)



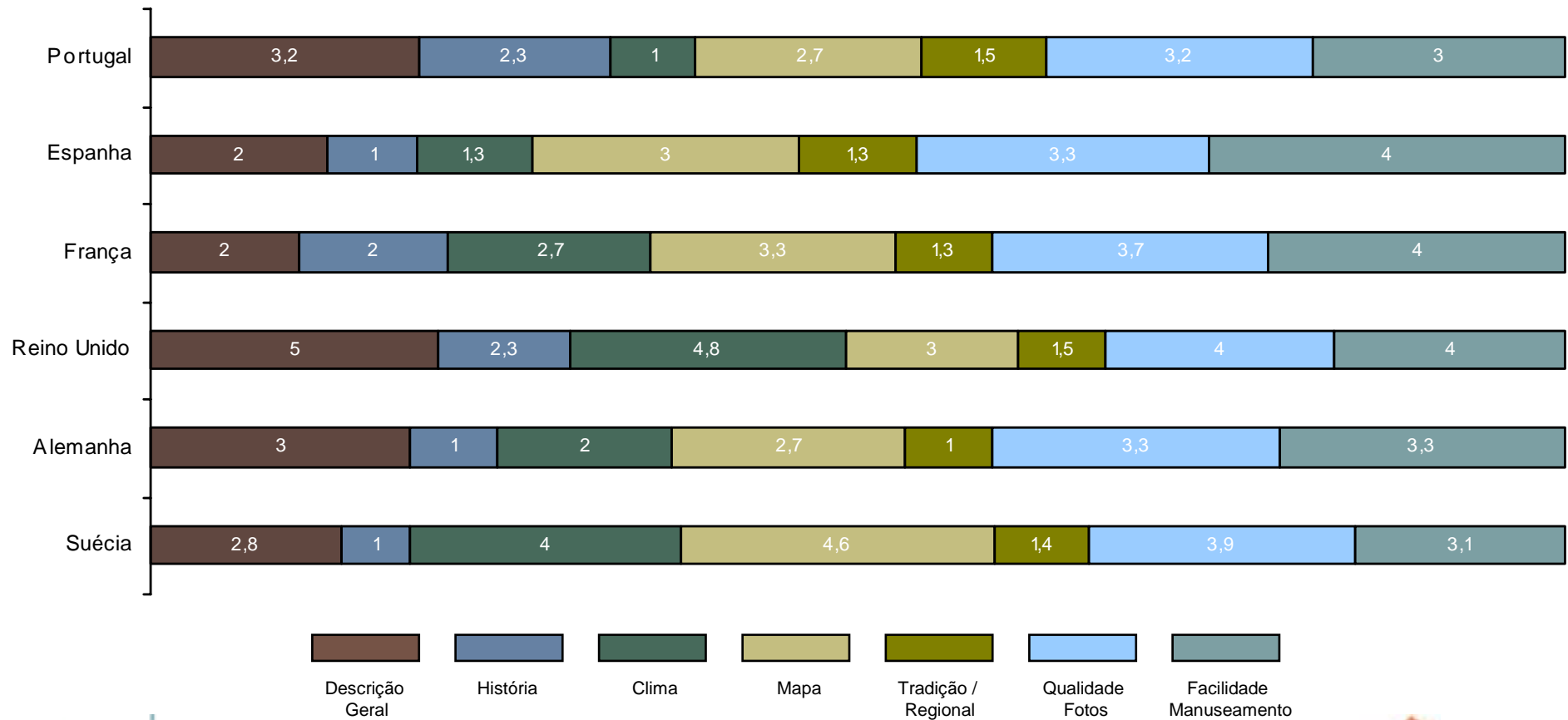
... sendo, Espanha e Alemanha, os mercados onde o destino das Canárias é apresentado com menor competitividade

Podem comparar-se as diferentes valências em análise em cada um dos mercados da amostra



CANÁRIAS
Qualidade

Avaliação das Canárias por mercado e critério
(valores de qualificação)



Os mercados de Portugal e do Reino Unido são os que mais valorizam a atractividade do destino das Canárias,...

Rep.

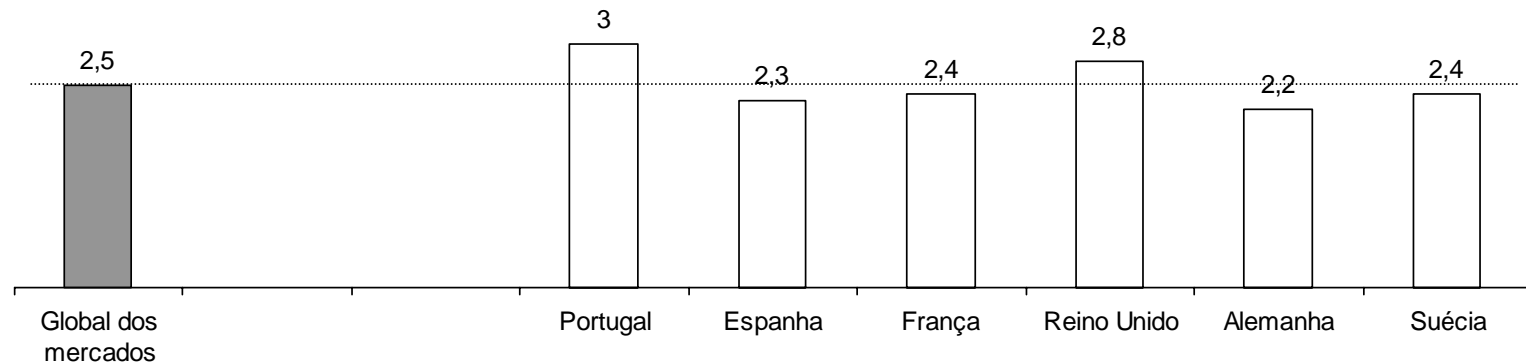
Qual.

Preços

CANÁRIAS
Vocação Tur.

Avaliação global média de todos os mercados
(valores de qualificação)

Análise qualitativa por mercado
(valores de qualificação)



... sendo, por outro lado, menos valorizada a sua atractividade nos mercados da Alemanha e de Espanha

Podem comparar-se as diferentes vocações da Madeira em cada um dos mercados da amostra

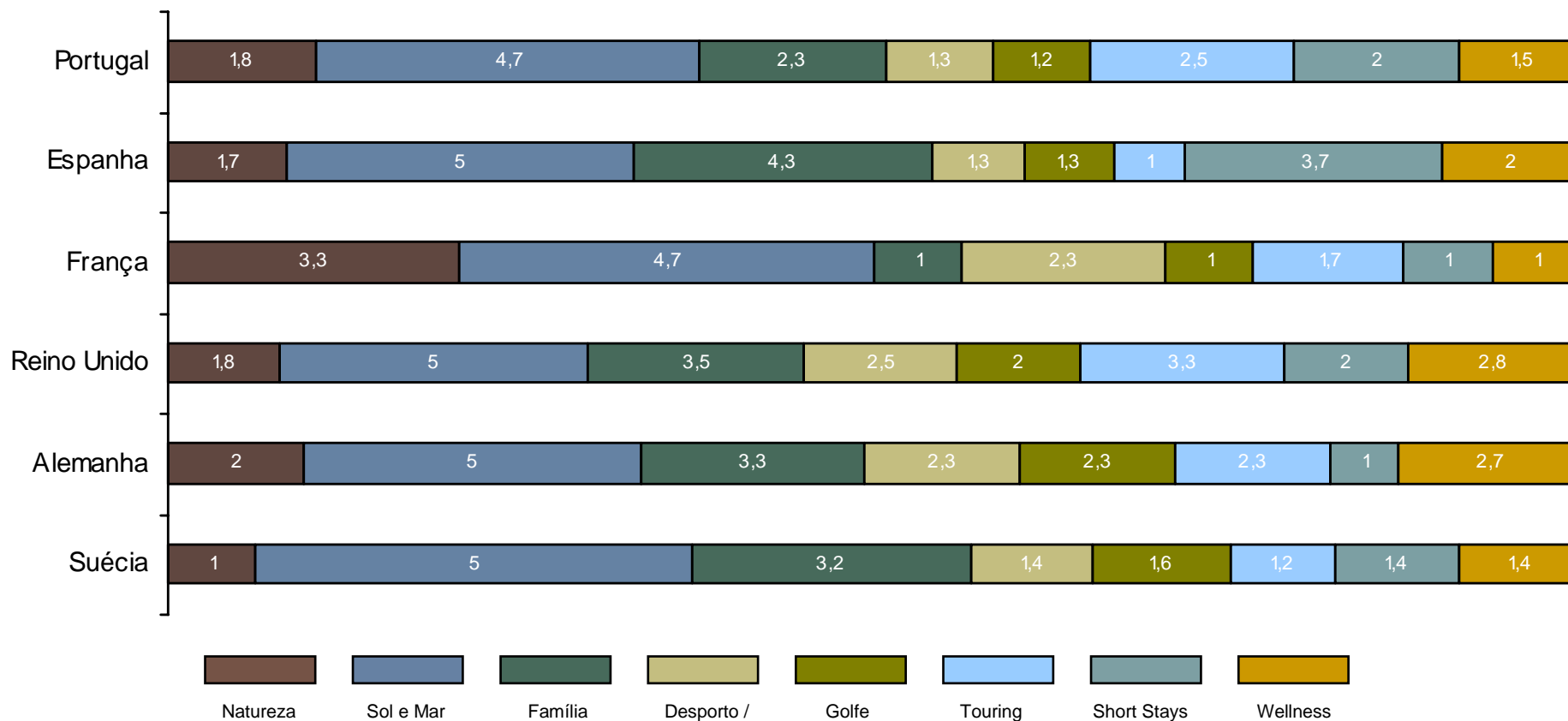
Rep.

Qual.

Preços

CANÁRIAS
Vocação Tur.

Avaliação das Canárias por mercado e motivação turística
(valores de qualificação)



Resumo da análise qualitativa dos destinos Madeira e Canárias nas brochuras do Inverno de 2003/2004

Rep.		
Qual.		
Preços		

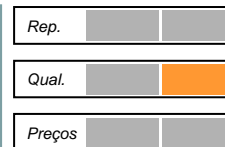
- O destino da Madeira é melhor apresentado globalmente nas brochuras do Reino Unido e da Suécia, embora sejam as brochuras da Alemanha a fazer uma melhor descrição geral do destino;
- Estes dois mercados (Reino Unido e Suécia) são também aqueles cujas brochuras permitem uma melhor percepção do destino das Canárias. Tal facto pode ser explicado pela natureza estrutural de elevada qualidade das brochuras dos seus operadores;
- No entanto, são as brochuras de Portugal, e do Reino Unido (talvez pelo maior grau de conhecimento destes dois mercados) que apresentam uma maior atractividade da Madeira;
- Destaca-se também para o mercado do Reino Unido a elevada qualidade da *Descrição Geral* das Canárias, um critério também muito bem valorizado no mercado Português;
- A Madeira é apresentada como um destino orientado para produtos de *Sol e Mar*, embora não com tanto peso como o são as Canárias. A segunda motivação turística com mais força na Madeira prende-se com a *Natureza*.
- Todos os mercados, sem excepção, apresentam as Canárias como um destino essencialmente voltado para a motivação *Sol & Mar*. Destaca-se também o reconhecimento do mercado de Espanha para a motivação *Família* e o reconhecimento de motivações de *Natureza* pelo mercado Francês.

Tanto as Canárias como a Madeira apresentam uma forte Imagem ligada ao Sol & Mar complementada nas Canárias pelo produto Famílias e na Madeira pelo factor Natureza. A Madeira aparece, no entanto, melhor qualificada do que as Canárias para o desenvolvimento do apelo a outras motivações turísticas.

Síntese Verão 2004

Na óptica da análise dos destinos de Madeira Canárias no conjunto dos mercados emissores em estudo

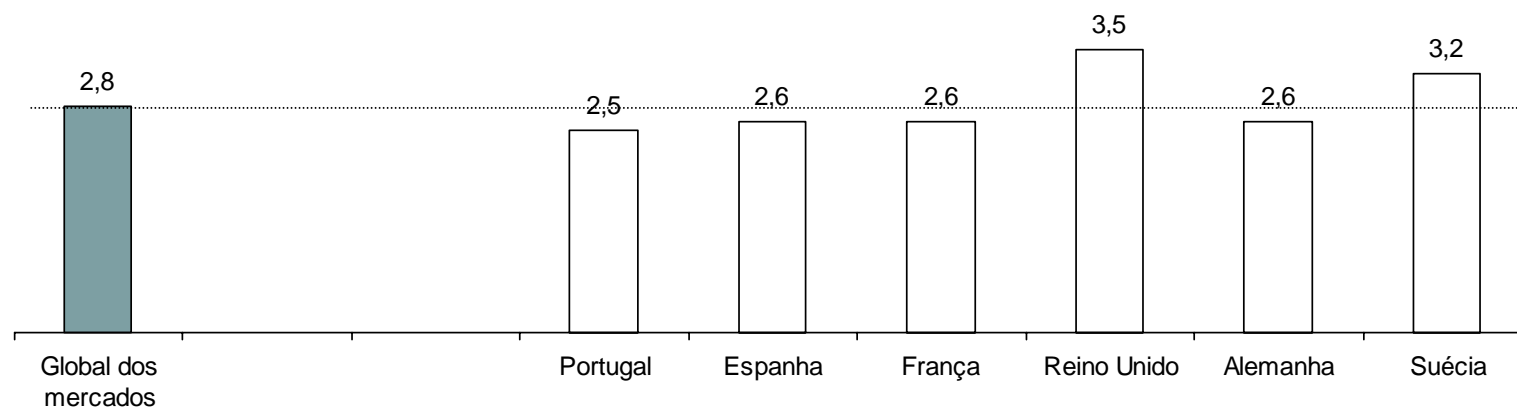
O Reino Unido (3,5) e a Suécia (3,2) são os que apresentam o destino da Madeira de forma mais competitiva nas brochuras,...



MADEIRA
Qualidade

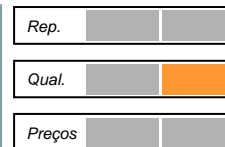
Avaliação global média de todos os mercados
(valores de qualificação)

Análise qualitativa por mercado
(valores de qualificação)



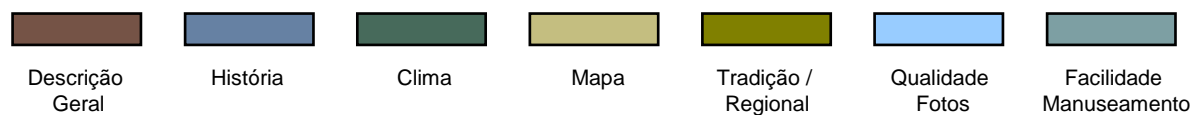
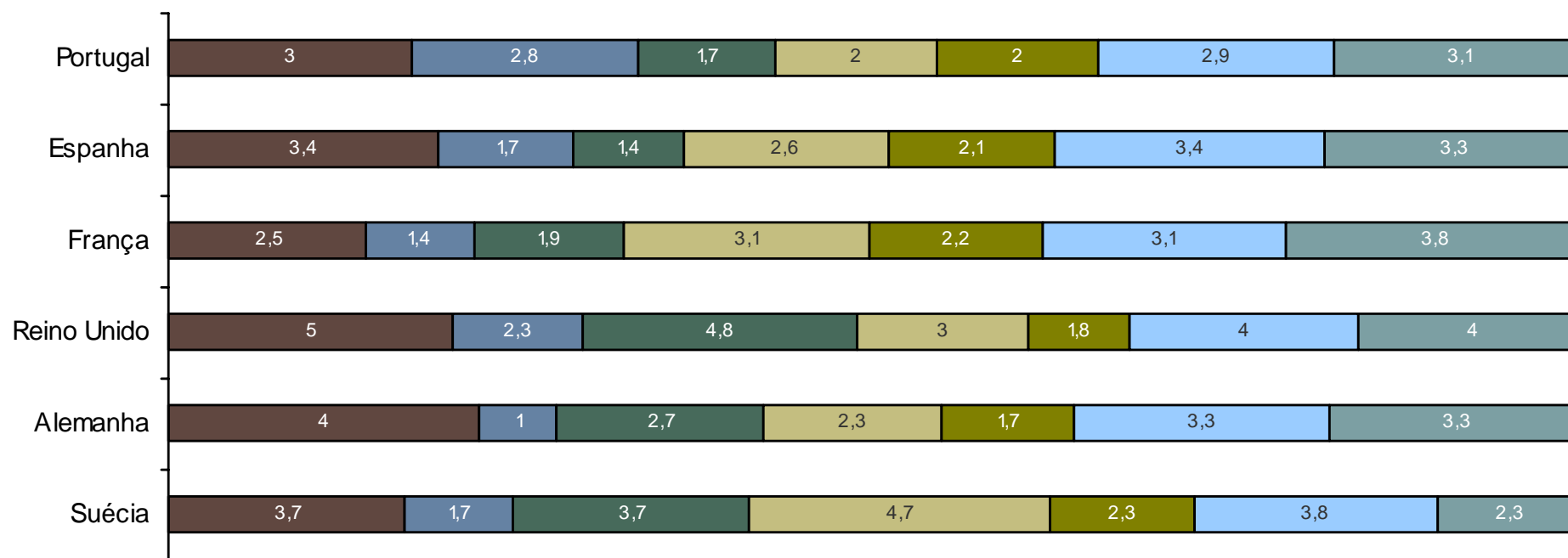
... sendo, Portugal, o mercado onde o destino da Madeira é apresentado com menor competitividade

Podem comparar-se as diferentes valências em análise em cada um dos mercados da amostra

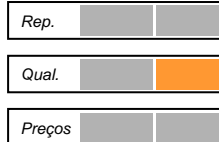


MADEIRA
Qualidade

Avaliação da Madeira por mercado e critério
(valores de qualificação)



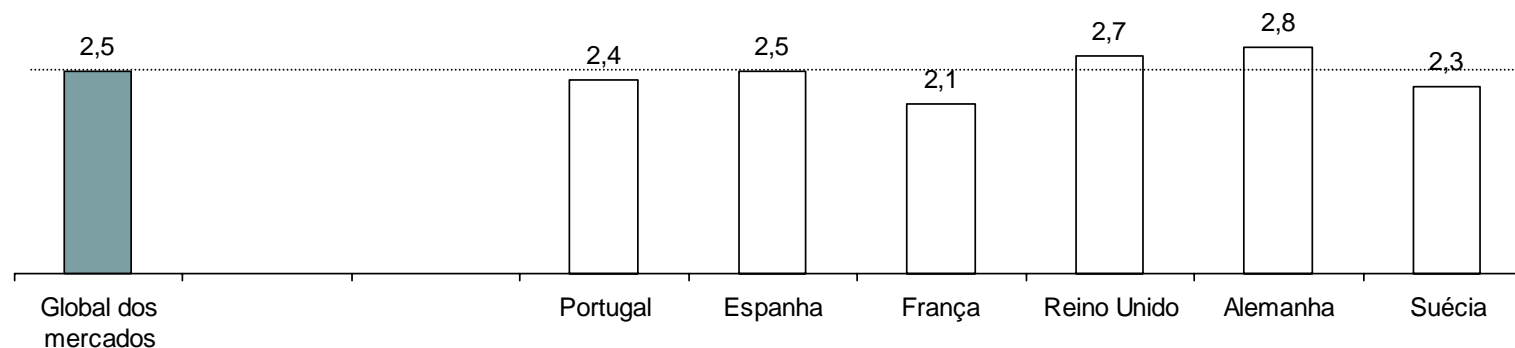
Os mercados da Alemanha e do Reino Unido são os mercados que mais valorizam a atractividade do destino da Madeira,...



MADEIRA
Vocação Tur.

Avaliação global média de todos os mercados
(valores de qualificação)

Análise qualitativa por mercado
(valores de qualificação)



... sendo, por outro lado, menos valorizada a sua atractividade nos mercados de França e da Suécia

Podem comparar-se as diferentes vocações da Madeira em cada um dos mercados da amostra

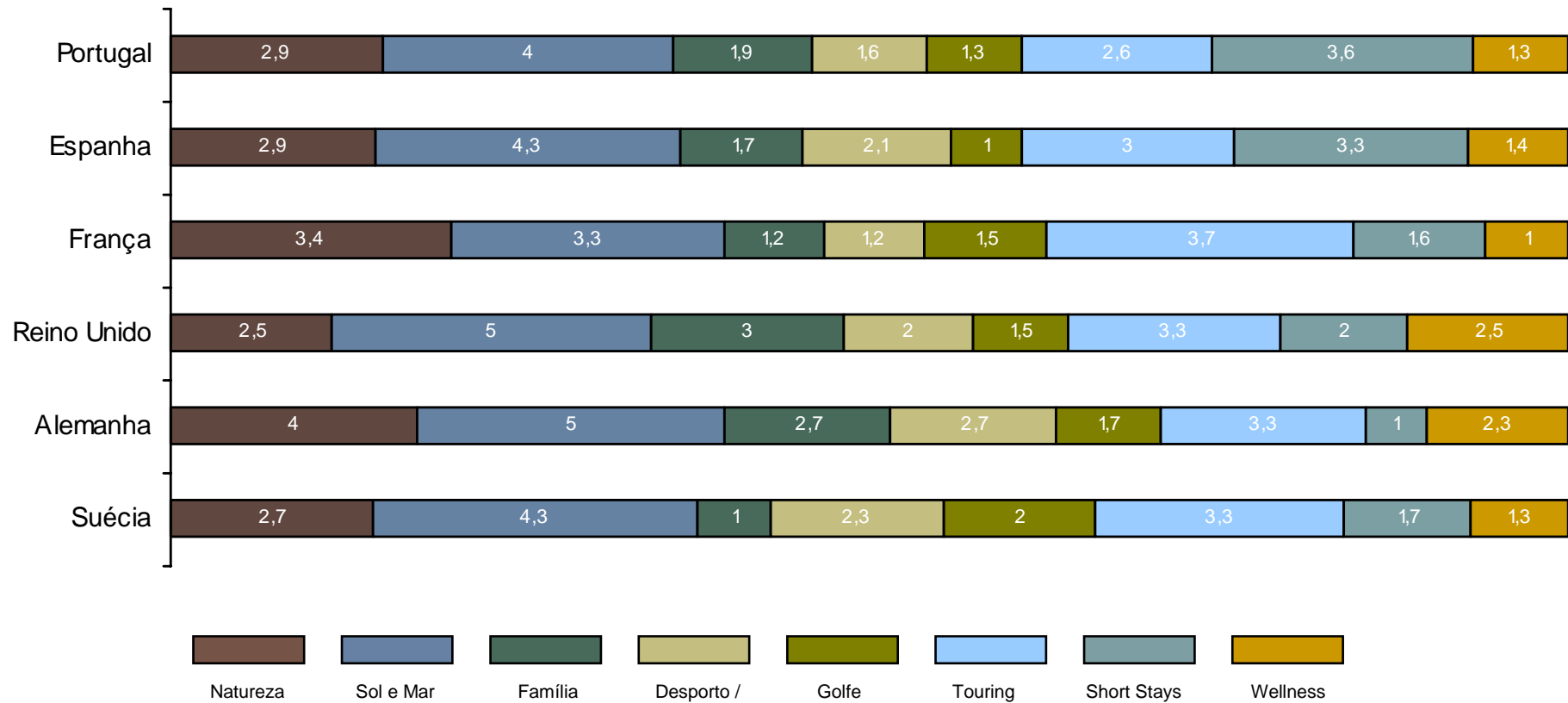
Rep.

Qual.

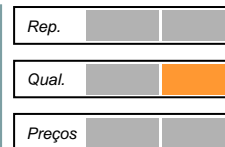
Preços

MADEIRA
Vocação Tur.

Avaliação da Madeira por mercado e motivação turística
(valores de qualificação)



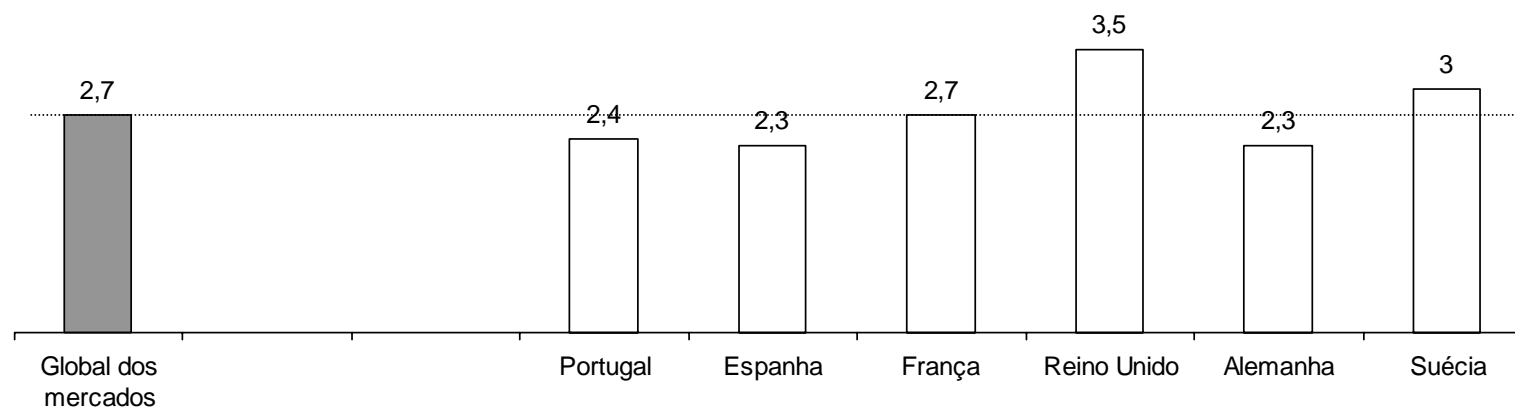
O Reino Unido (3,5) e a Suécia (3,2) são os mercados que apresentam o destino das Canárias de forma mais competitiva nas brochuras,...



CANÁRIAS
Qualidade

Avaliação global média de todos os mercados
(valores de qualificação)

Análise qualitativa por mercado
(valores de qualificação)



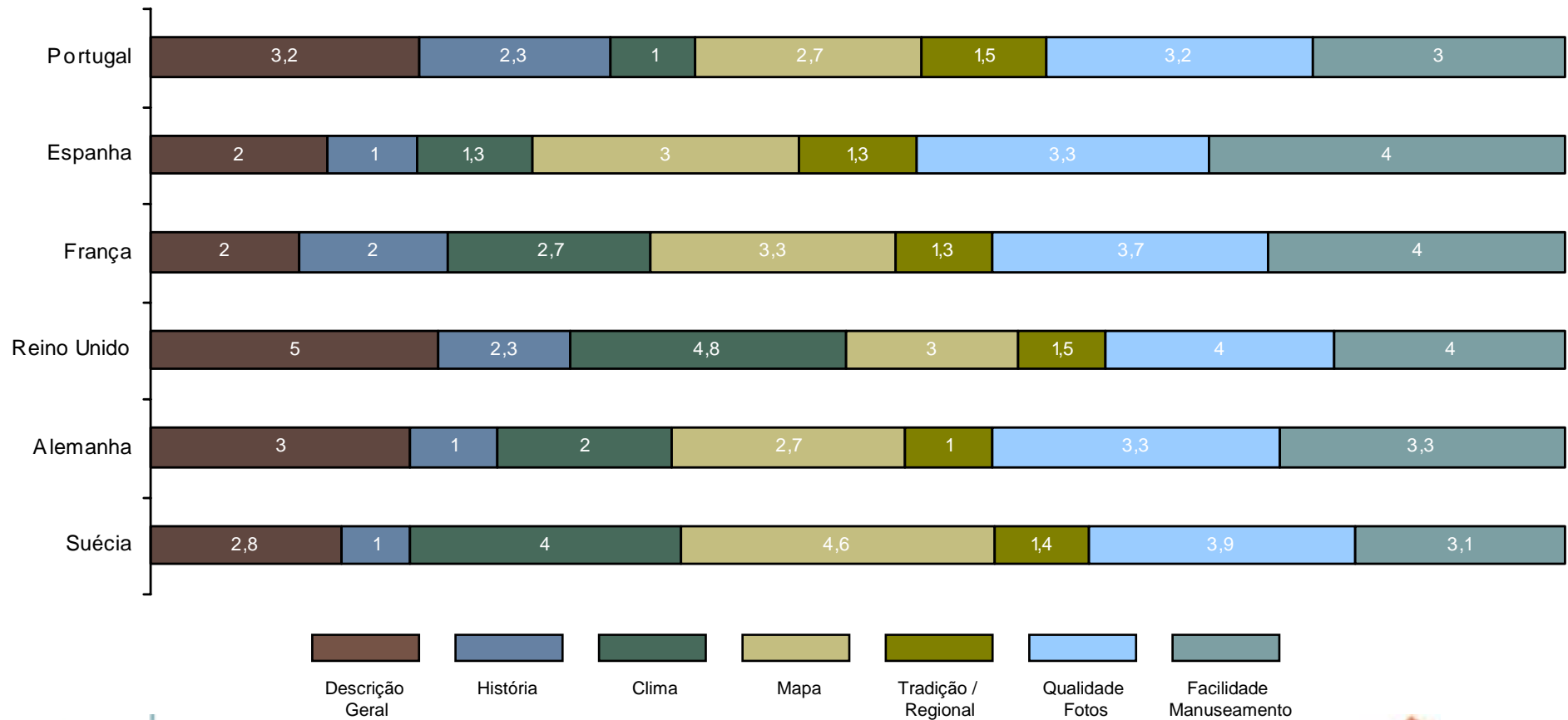
... sendo, Espanha e Alemanha, os mercados onde o destino das Canárias é apresentado com menor competitividade

Podem comparar-se as diferentes valências em análise em cada um dos mercados da amostra



CANÁRIAS
Qualidade

Avaliação das Canárias por mercado e critério
(valores de qualificação)



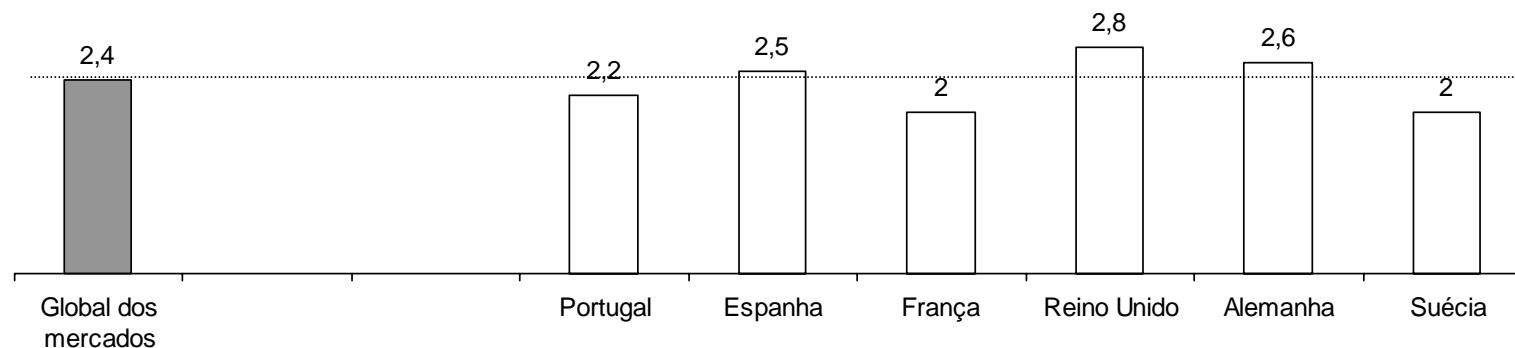
Os mercados do Reino Unido e da Alemanha são os que mais valorizam a atractividade do destino das Canárias,...



CANÁRIAS
Vocação Tur.

Avaliação global média de todos os mercados
(valores de qualificação)

Análise qualitativa por mercado
(valores de qualificação)



... sendo, por outro lado, menos valorizada a sua atractividade nos mercados de França e da Suécia

Podem comparar-se as diferentes vocações da Madeira em cada um dos mercados da amostra

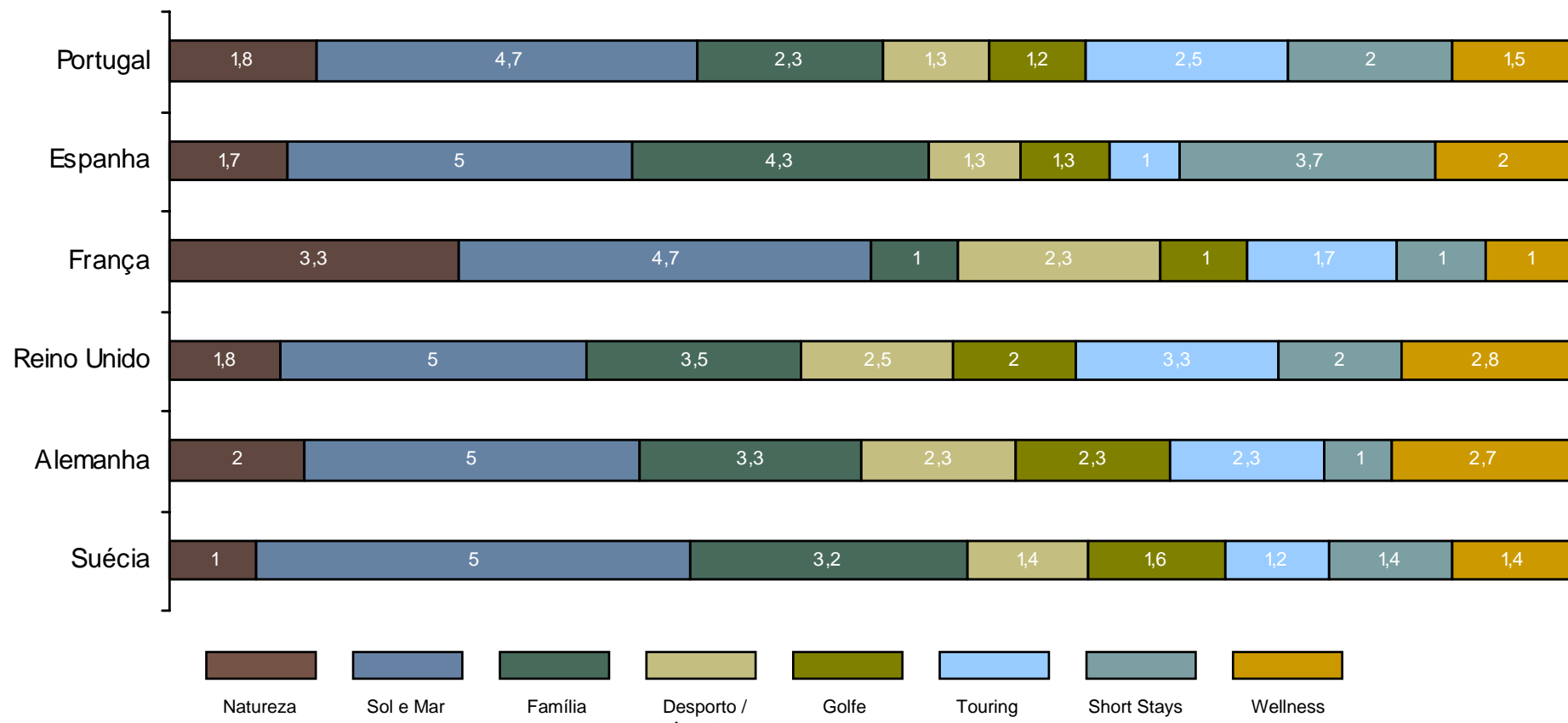
Rep.

Qual.

Preços

CANÁRIAS
Vocação Tur.

Avaliação das Canárias por mercado e motivação turística
(valores de qualificação)



Resumo da análise qualitativa dos destinos Madeira e Canárias nas brochuras do Verão de 2004

Rep.		
Qual.		
Preços		

- ❑ Globalmente, o destino da Madeira é melhor apresentado no período de Verão do que no de Inverno. Ao nível dos mercados, as brochuras do Reino Unido e da Suécia continuam a ser as que melhor apresentação conferem ao destino;
- ❑ No entanto, são as brochuras da Alemanha e do Reino Unido as que mais valorizam a atractividade da Madeira;
- ❑ O mercado Sueco e do Reino Unido são também os que melhor apresentam as Canárias, sendo a *Descrição Geral* e a qualidade dos *Mapas* os dois critérios que mais valoram este destino;
- ❑ Também no Verão, a Madeira é apresentada como um destino mais orientado para produtos de *Sol e Mar*, sendo a *Natureza* a segunda motivação turística com mais força neste destino. É em França onde esta motivação é mais valorada na Madeira;
- ❑ Todos os mercados, sem excepção, apresentam as Canárias como um destino essencialmente voltado para a motivação *Sol & Mar*. Destaca-se também o reconhecimento do mercado de Espanha para a motivação *Família* e o reconhecimento de motivações de *Natureza* pelo mercado Francês.

A imagem transmitida pelas brochuras dos operadores dos mercados considerados não varia substancialmente entre o Inverno e o Verão. Tanto as Canárias como a Madeira apresentam uma forte Imagem ligada ao Sol & Mar complementada nas Canárias pelo produto Famílias e na Madeira pelo factor Natureza.

Objectivos do projecto e metodologia utilizada

Amostra das Brochuras / Operadores Turísticos

Análise de Representatividade

Análise Qualitativa

Análise de *Packages* / Preços

Conclusões e Recomendações

Indicadores da análise



O estudo da competitividade dos Destinos Madeira e Canárias face aos seus concorrentes, assenta na seguinte contabilização para cada brochura:

Preços mínimos e Máximos apresentados pelos Operadores turísticos dos seis mercados, expurgados de épocas especiais, para unidades de 3, 4 e 5 Estrelas nos destinos Madeira, Canárias e concorrentes (mínimo de 4) para:

1. Preço por pessoa em quarto duplo *standart* para uma estadia em meia pensão com voo e transfers; e
2. Preço por pessoa em quarto duplo *standart* para uma noite extra em meia pensão.

A Amostra é constituída por perto de 6.000 preços de hotéis, cerca de 2.600 para a época de Inverno 2003/2004 e 3.500 para a época de Verão 2004.

Esta contabilização permitiu, depois de tratada, apresentar indicadores complementares:

1. Média aritmética dos preços de packages e de noite extra para as 3 categorias de alojamento; e
2. Variação percentual dos preços médios face ao preço médio de mercado para as 3 categorias de alojamento.

Análise de *Packages* / Preços – Inverno 2003/2004

No mercado Português o preço médio do *package* definido nos destinos em análise varia entre os 535 € para unidades de 3* e os 886 € para unidades de 5* ...

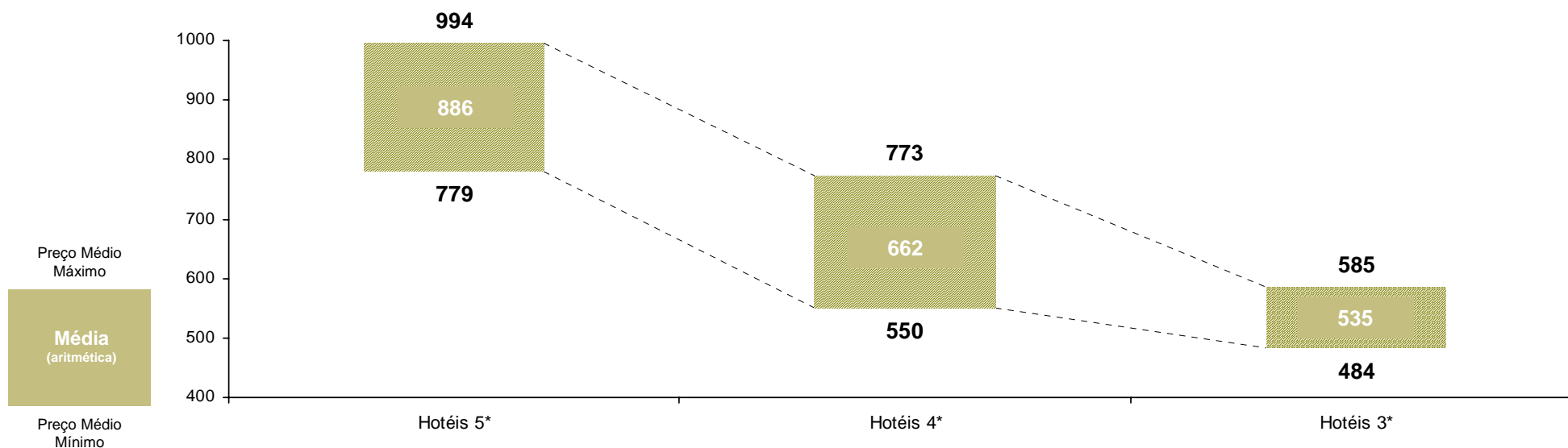
Rep.

Qual.

Preços

PORTUGAL
Package

Análise de preços médios de *packages* do mercado
(euros)



... podendo chegar aos 994 € em unidades de 5* e a um valor mínimo de 484 € em unidades de 3*; os hotéis de 4* apresentam valores entre os 550 € e os 773 €

O preço médio do *package* definido é de 1 029 € na Madeira (16% acima do mercado) e de 1 126 € nas Canárias (27% acima do mercado), os dois destinos com preços mais elevados da amostra ...

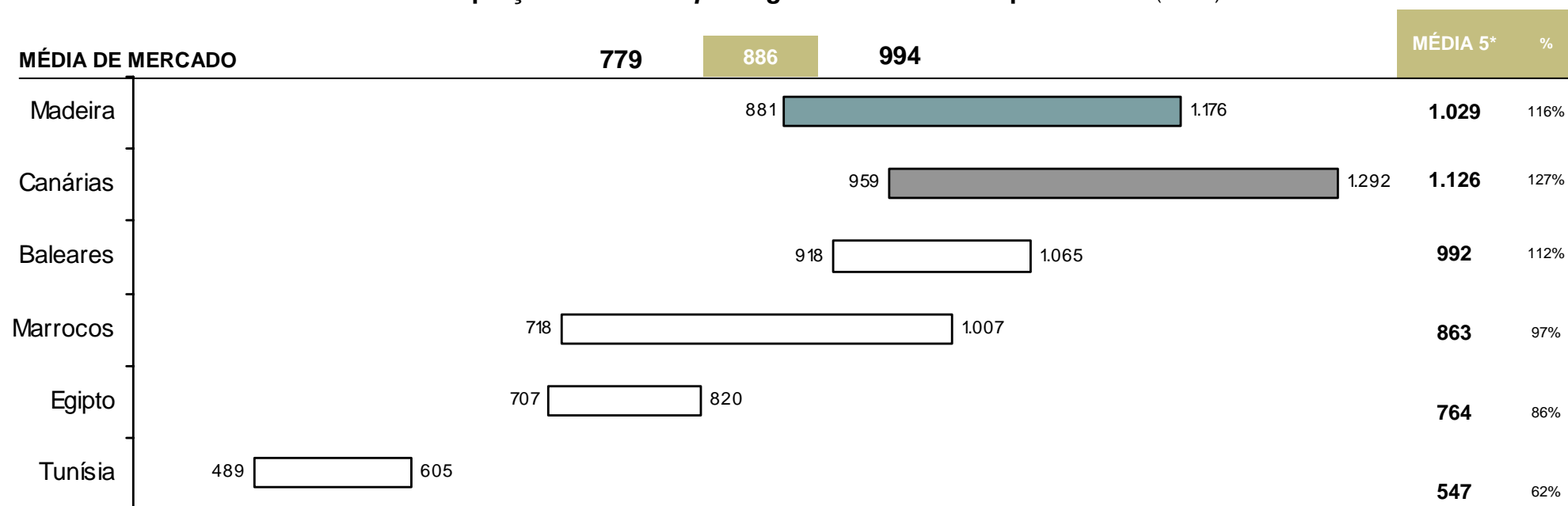
Rep.

Qual.

Preços

PORTUGAL
Package

Análise de preços médios de *packages* em hotéis de 5* por destino (euros)



... onde se pode destacar ainda a forte competitividade do preço no Egipto (764 €) ou Tunísia (547€), ambos significativamente abaixo da média global (886 €)

O preço médio do *package* definido é de 699 € na Madeira (6% acima do mercado) e de 833 € nas Canárias (26% acima do mercado); as Canárias apresentam o preço mais elevado da amostra ...

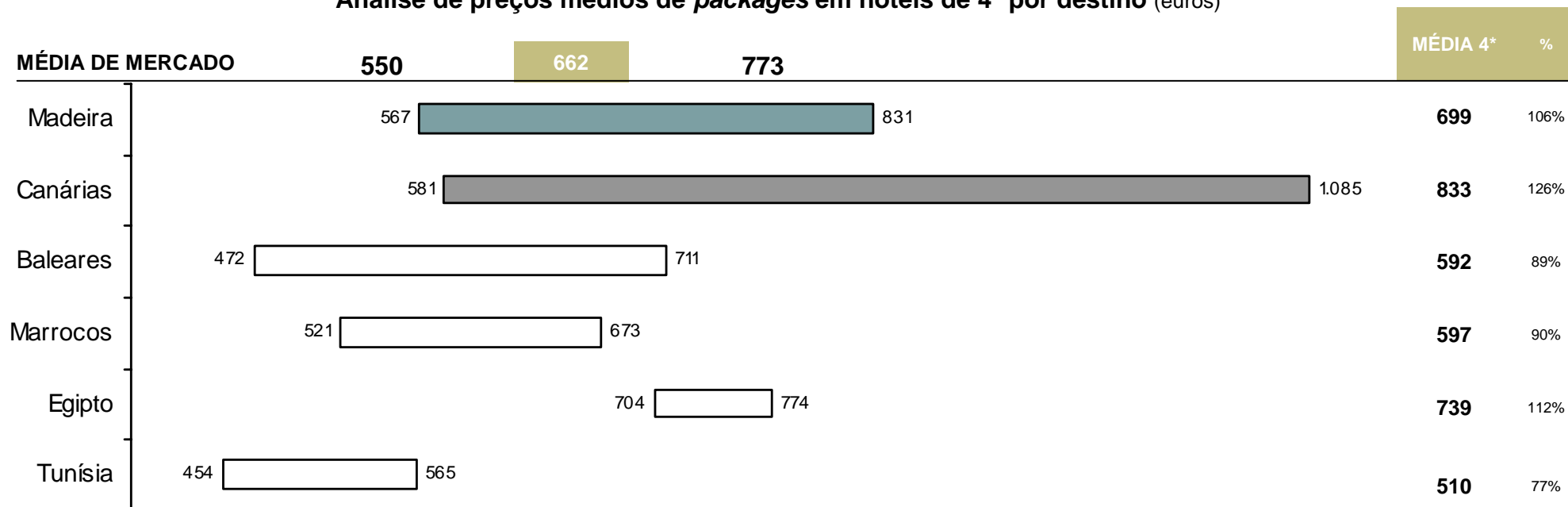
Rep.

Qual.

Preços

PORTUGAL
Package

Análise de preços médios de *packages* em hotéis de 4* por destino (euros)



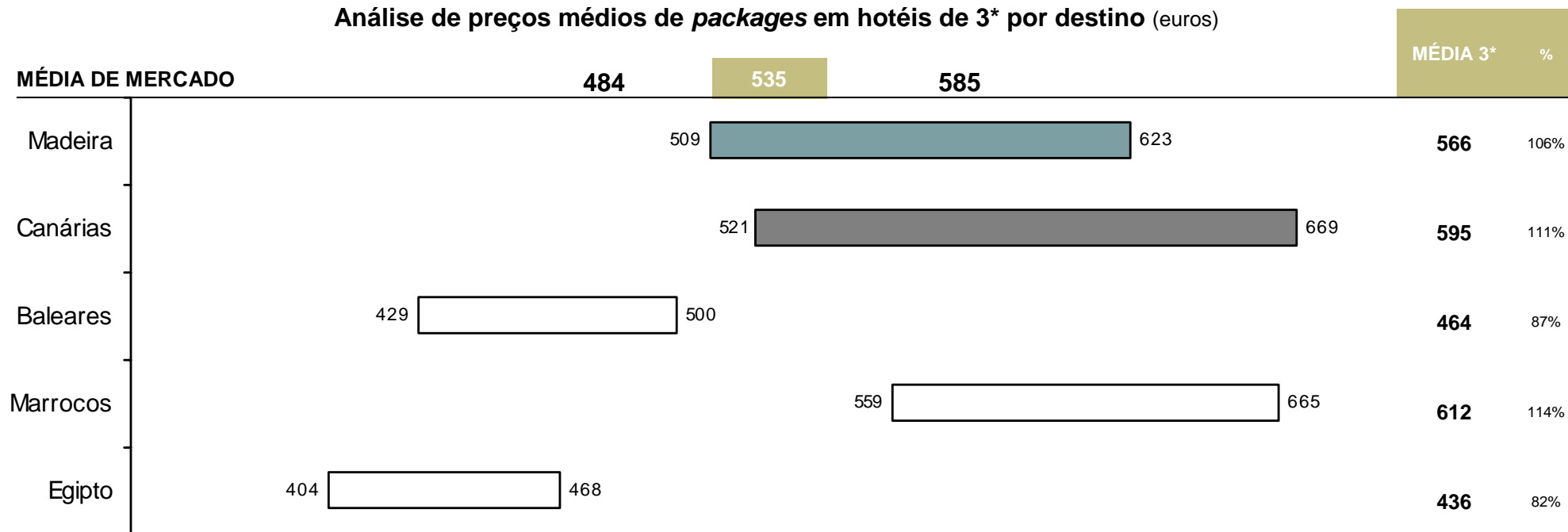
... sendo de destacar a forte competitividade do preço da Tunísia (510 €), significativamente abaixo da média global (662 €); as Canárias apresentam a maior diferença entre os preços mínimos e máximos desta categoria

O preço médio do *package* definido é de 566 € na Madeira (6% acima do mercado) e de 595 € nas Canárias (11% acima do mercado), ...

Rep.	
Qual.	
Preços	

PORTUGAL
Package

Análise de preços médios de *packages* em hotéis de 3* por destino (euros)



... destacando-se, ao nível dos preços, a forte competitividade dos destinos Baleares (464 €) e Egipto (436 €), ambos abaixo da média global e separados dos restantes em análise

No mercado Espanhol o preço médio do *package* definido nos destinos em análise varia entre os 423 € para unidades de 3* e os 839 € para unidades de 5* ...

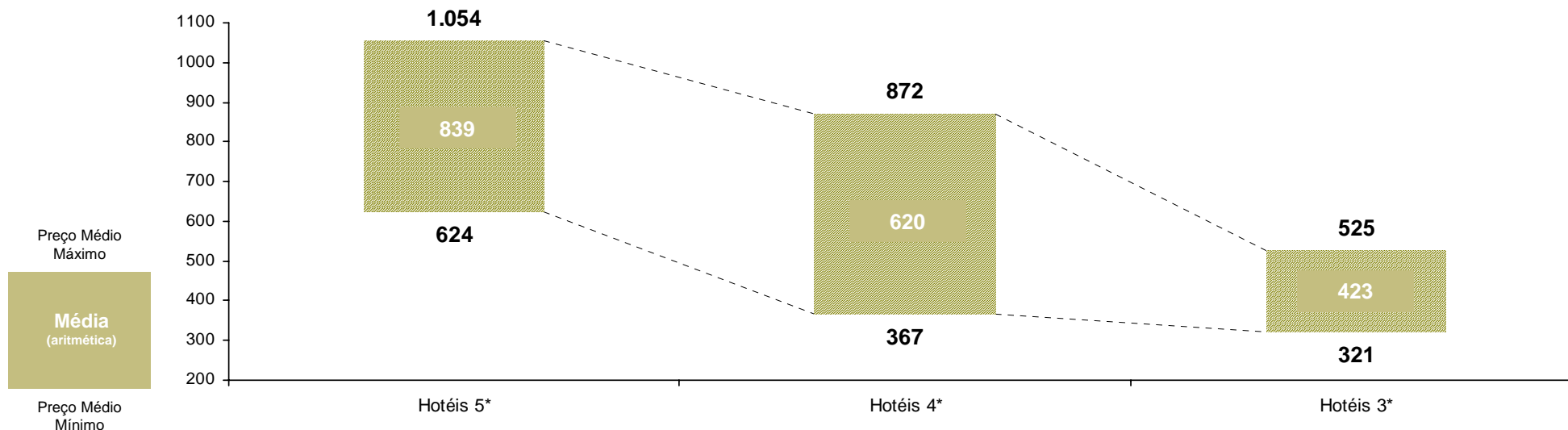
Rep.

Qual.

Preços

ESPANHA
Package

Análise de preços médios de *packages* do mercado
(euros)



... podendo chegar aos 1 054 € em unidades de 5* e a um valor mínimo de 321 € em unidades de 3*; os hotéis de 4* apresentam valores entre os 367 € e os 872 €, o maior intervalo entre as categorias em análise

O preço médio do *package* definido é de 1 009 € na Madeira (20% acima do mercado) e de 907 € nas Canárias (8% acima do mercado) ...

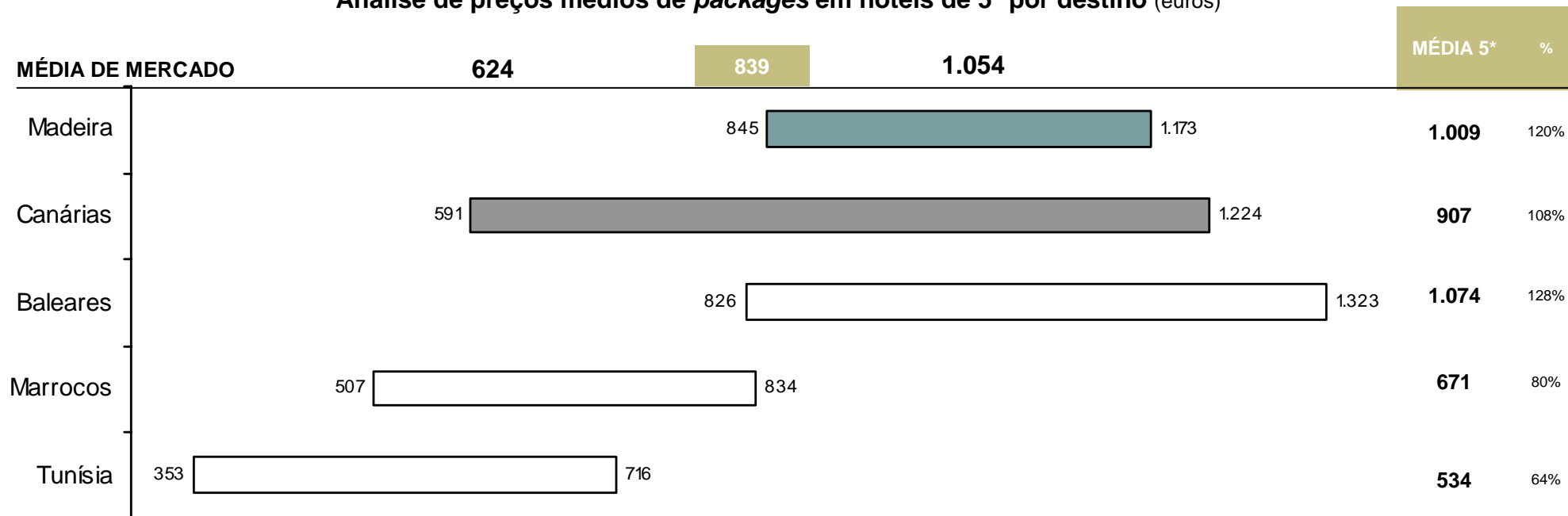
Rep.

Qual.

Preços

ESPANHA
Package

Análise de preços médios de *packages* em hotéis de 5* por destino (euros)



... numa categoria onde o preço médio mais elevado se regista nas Baleares (1 074 €) e o destino Tunísia se encontra com um preço médio de 534 €, cerca de 60% do verificado na Madeira

O preço médio do *package* definido é de 615 € na Madeira (em linha com o mercado) e de 802 € nas Canárias (29% acima do mercado), estas com o preço mais elevado da amostra ...

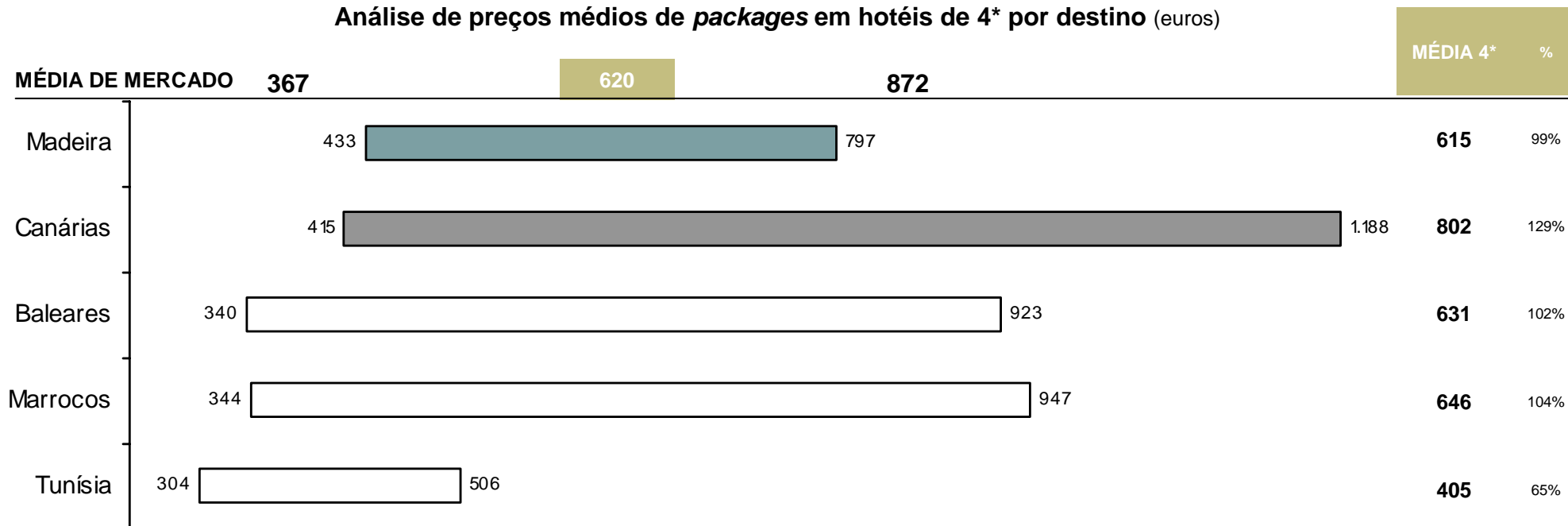
Rep.

Qual.

Preços

ESPAÑA
Package

Análise de preços médios de *packages* em hotéis de 4* por destino (euros)



... onde se pode destacar ainda a competitividade do preço na Tunísia (407 €), num conjunto de destinos onde a competitividade do preço é muito forte

O preço médio do *package* definido é de 385 € na Madeira (9% inferior ao mercado) e de 598 € nas Canárias (41% acima do mercado), estas com o preço mais elevado da amostra ...

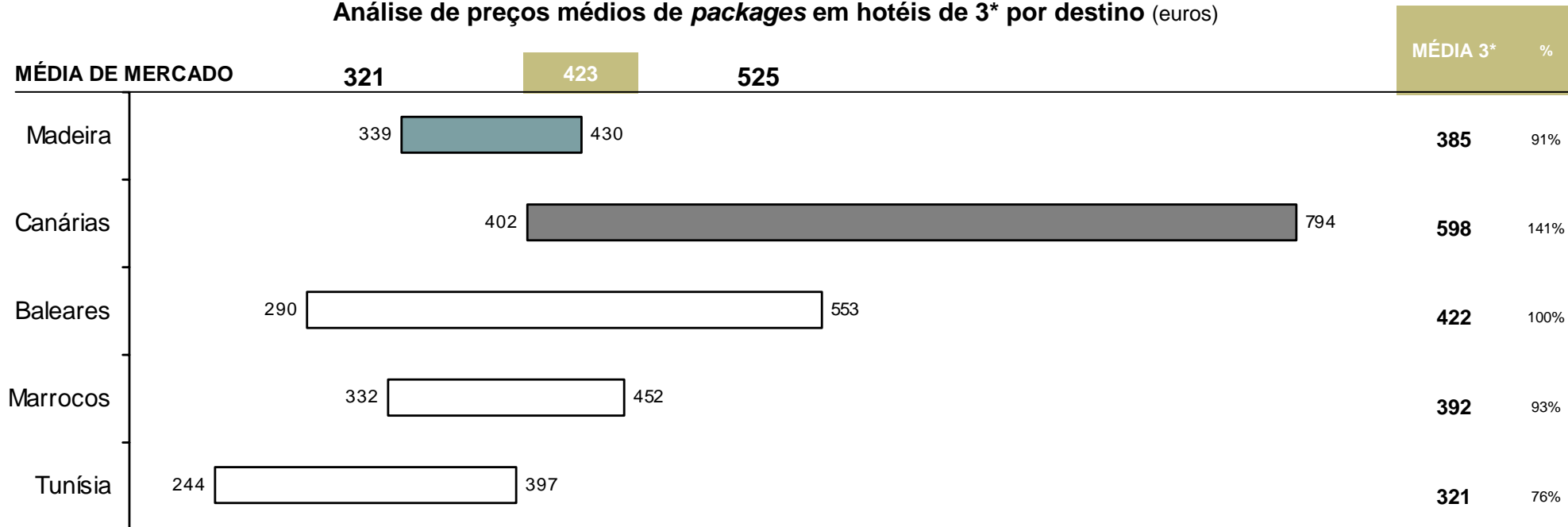
Rep.

Qual.

Preços

ESPAÑA
Package

Análise de preços médios de *packages* em hotéis de 3* por destino (euros)



... onde se pode destacar ainda a forte competitividade do preços da Tunísia (321 €), significativamente abaixo da média global

No mercado do Reino Unido o preço médio do *package* definido nos destinos em análise varia entre os 572 € para unidades de 3* e os 945 € para unidades de 5* ...

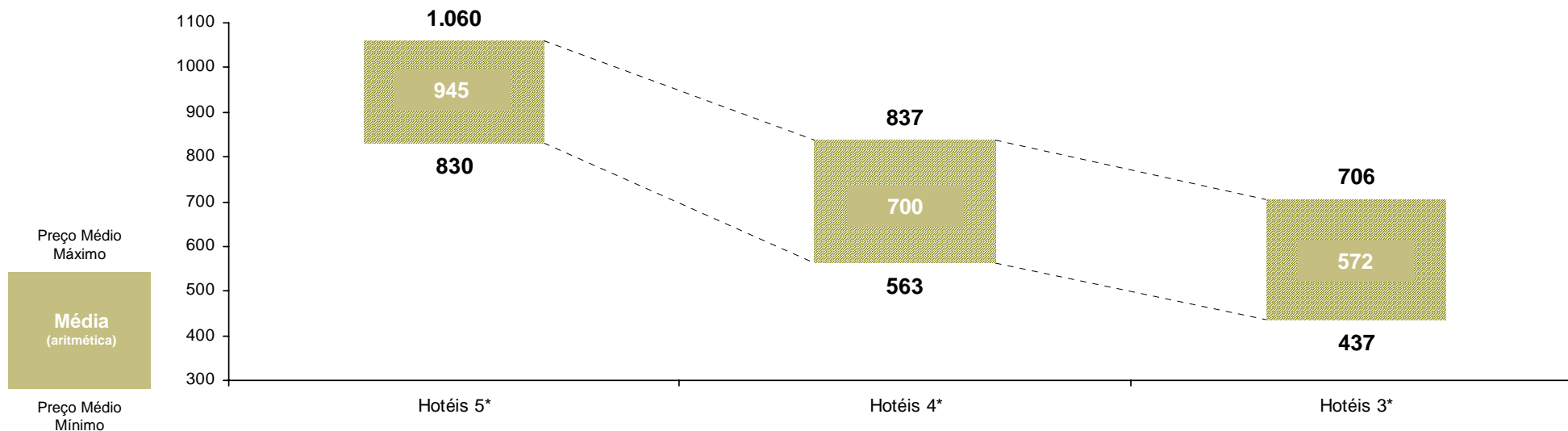
Rep.

Qual.

Preços

REINO UNIDO
Package

Análise de preços médios de *packages* do mercado
(euros)



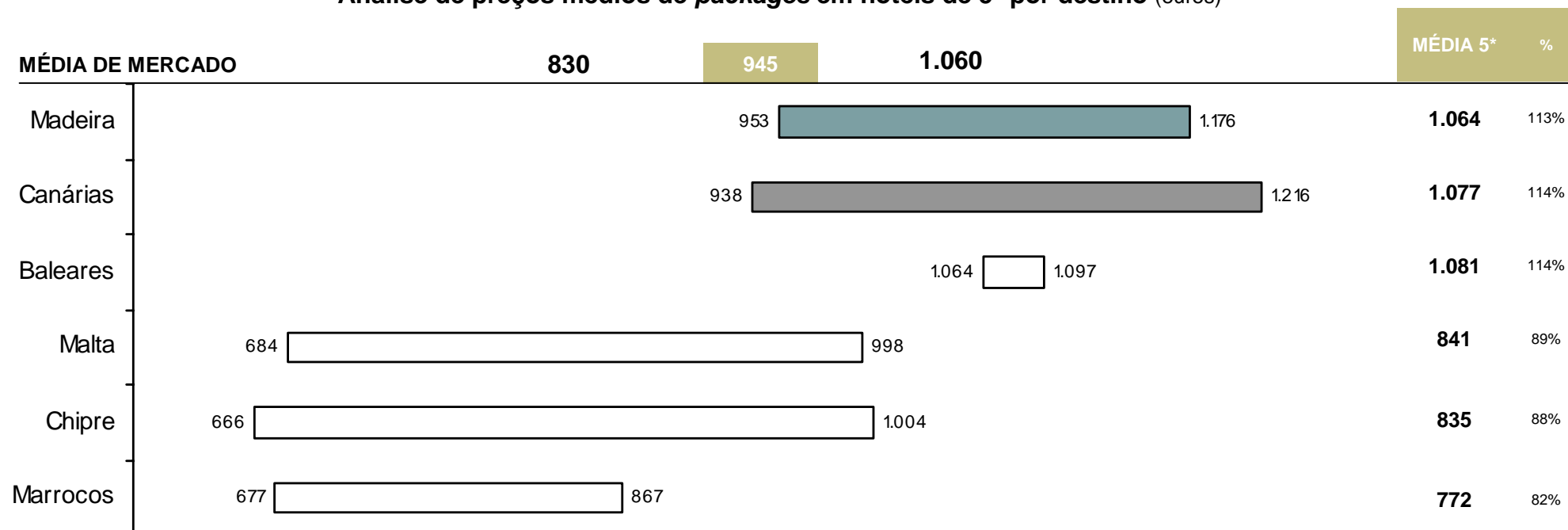
... podendo chegar aos 1 060 € em unidades de 5* e a um valor mínimo de 437 € em unidades de 3*; os hotéis de 4* apresentam valores entre os 563 € e os 837 €

O preço médio do *package* definido é de 1 064 € na Madeira (13% acima do mercado) e de 1 077 € nas Canárias (14% acima do mercado) ...

Rep.	
Qual.	
Preços	

REINO UNIDO
Package

Análise de preços médios de *packages* em hotéis de 5* por destino (euros)



... numa categoria onde o preço médio mais elevado se regista nas Baleares (1 081 €) e o destino Marrocos se encontra com um preço médio de 772 €, cerca de 72% do verificado na Madeira

O preço médio do *package* definido é de 834 € na Madeira (19% acima do mercado) e de 853 € nas Canárias (22% acima do mercado), os dois destinos com o preço mais elevado da amostra

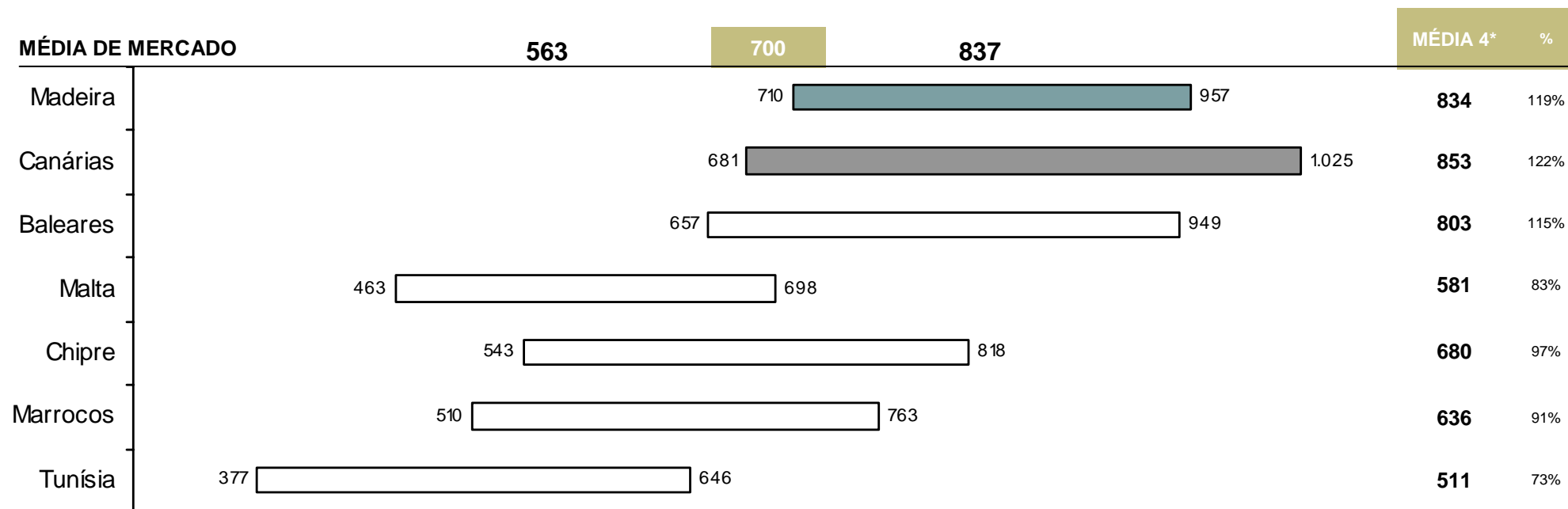
Rep.

Qual.

Preços

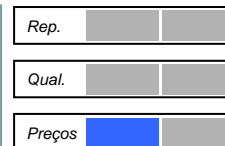
REINO UNIDO
Package

Análise de preços médios de *packages* em hotéis de 4* por destino (euros)



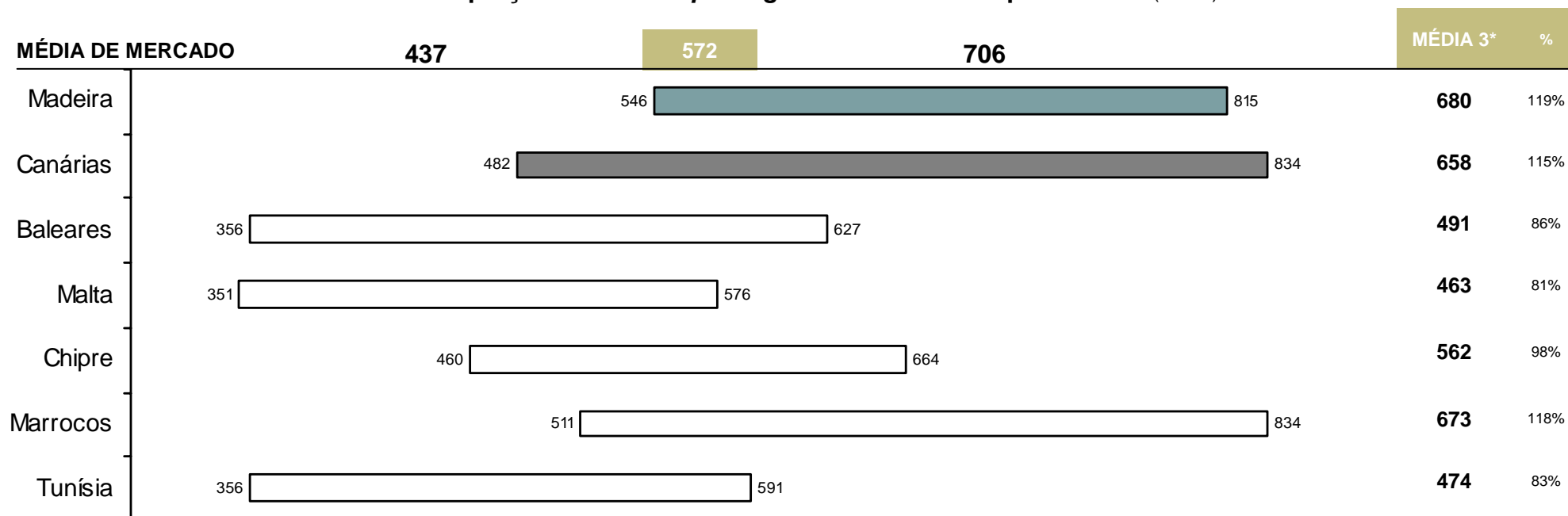
... numa categoria onde o preço médio da Tunísia (511 €) é o mais competitivo na época em análise

O preço médio do *package* definido é de 680 € na Madeira (19% acima do mercado) e de 658 € nas Canárias (15% acima do mercado), sendo a Madeira o destino que apresenta o preço mais elevado ...



REINO UNIDO
Package

Análise de preços médios de *packages* em hotéis de 3* por destino (euros)



... e onde se pode destacar ainda a competitividade dos preços de Malta (463 €) e Tunísia (474 €), ambos significativamente abaixo da média global (572 €)

No mercado Alemão o preço médio do *package* definido nos destinos em análise varia entre os 519 € para unidades de 3* e os 945 € para unidades de 5* ...

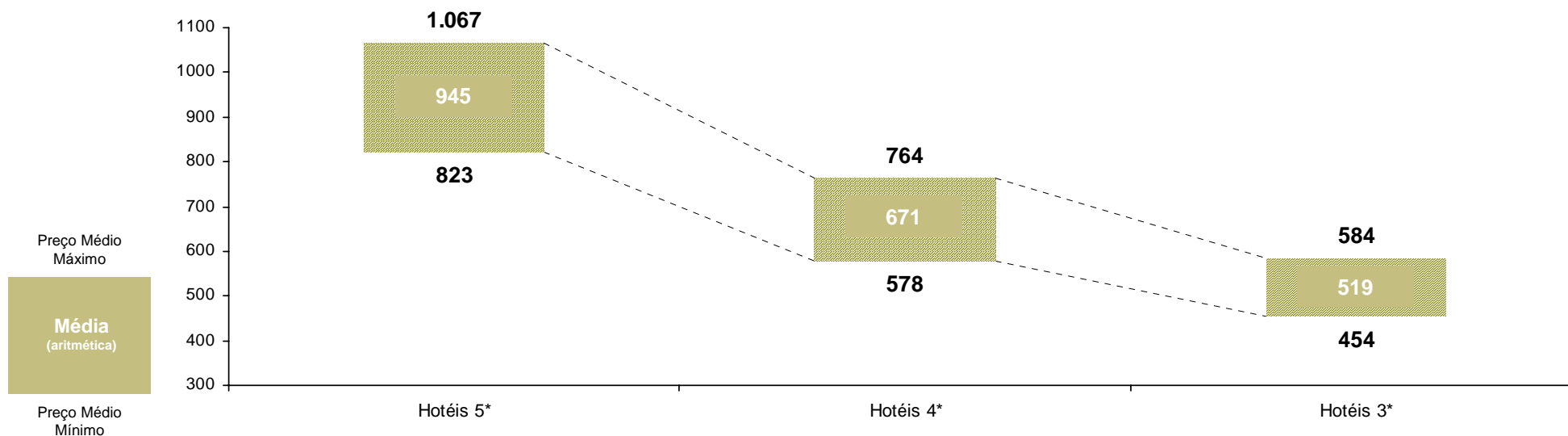
Rep.

Qual.

Preços

ALEMANHA
Package

Análise de preços médios de *packages* do mercado
(euros)



... podendo chegar aos 1 067 € em unidades de 5* e a um valor mínimo de 454 € em unidades de 3*; os hotéis de 4* apresentam valores entre os 578 € e os 764

O preço médio do *package* definido é de 1 267 € na Madeira (34% acima do mercado) e de 1 269 € nas Canárias (34% acima do mercado), os dois destinos com preços semelhantes e mais elevados da amostra ...

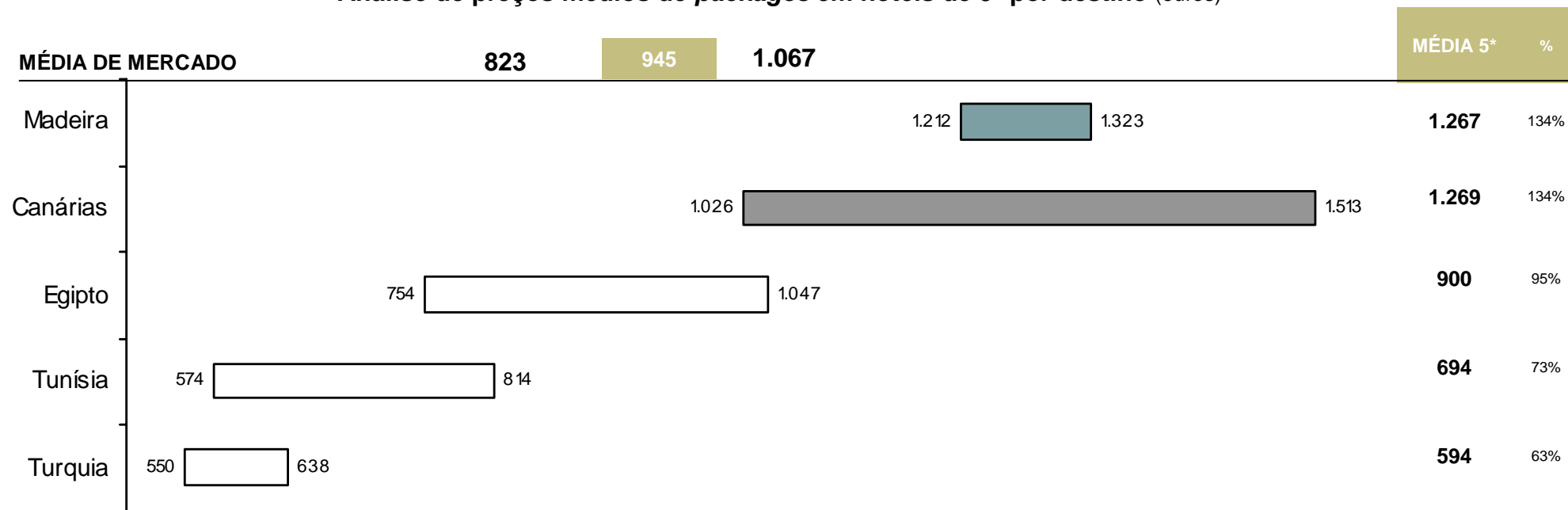
Rep.

Qual.

Preços

ALEMANHA
Package

Análise de preços médios de *packages* em hotéis de 5* por destino (euros)



... destacando-se a diferença entre a Madeira e Canárias para destinos como a Tunísia (694 €) e, principalmente, a Turquia (594 €)

O preço médio do *package* definido é de 966 € na Madeira (44% acima do mercado) e de 846 € nas Canárias (26% acima do mercado), os dois destinos com preços mais elevados da amostra ...

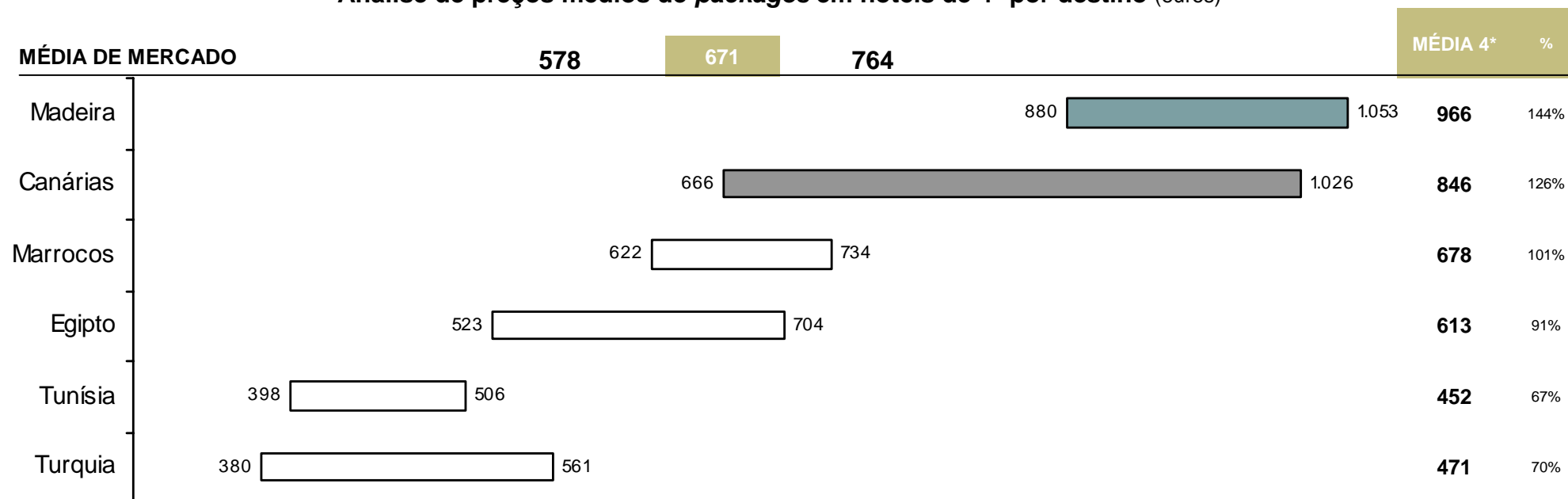
Rep.

Qual.

Preços

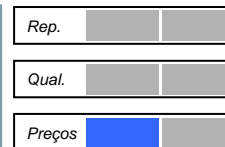
ALEMANHA
Package

Análise de preços médios de *packages* em hotéis de 4* por destino (euros)



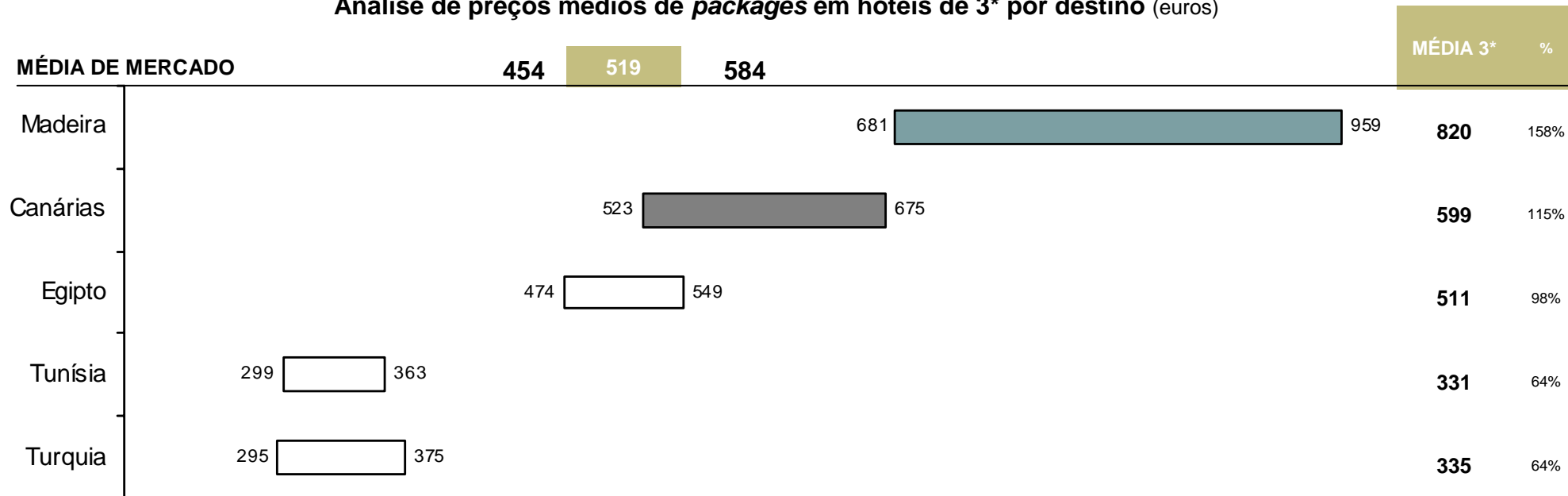
... sendo de salientar a competitividade do preço da Tunísia (452 €, cerca de 46% do preço da Madeira) e da Turquia (471 €)

O preço médio do *package* definido é de 820 € na Madeira (58% acima do mercado) e de 599 € nas Canárias (15% acima do mercado), sendo claramente a Madeira o destino que apresenta o preço mais elevado ...



ALEMANHA
Package

Análise de preços médios de *packages* em hotéis de 3* por destino (euros)



... notando-se a proximidade de preços existente entre a Turquia (335 €) e Tunísia (331 €), ambos significativamente abaixo da média global (519 €)

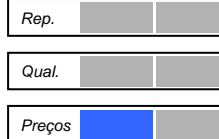
Resumo da análise de preços– Madeira Inverno 2003/2004

Rep.		
Qual.		
Preços		

RESUMO MADEIRA

- Em termos globais, constata-se que nos seis mercados emissores analisados a Madeira é o segundo destino mais caro para o turista sendo as Canárias o mais caro.
- Os mercados Português e Espanhol são os que apresentam uma oferta do destino Madeira mais competitiva face à média.
- Na oferta de unidades de 5 estrelas a Madeira mostra-se mais competitiva no mercado Francês e Sueco.
- Em termos de unidades de 4 estrelas a Madeira apresenta uma oferta competitiva nos mercados Português, Espanhol (aqui abaixo da média) e Sueco e por contraste à oferta de unidades de 5 estrelas pouco competitivo no mercado Francês.
- Na categoria de 3 estrelas o destino Madeira só é verdadeiramente competitivo nos mercados Português e Espanhol.
- A Madeira comporta-se de maneira diferente nos dois principais mercados emissores, sendo algo competitiva no mercado Inglês e muito pouco competitiva no mercado Alemão.
- Em valores absolutos mínimos um turista Português pode alojar-se uma semana em meia pensão por € 845 numa unidade 5 estrelas da Madeira, enquanto para um Alemão, de acordo com a classificação do operador, uma unidade similar custa € 1212.
- Em relação às unidades de 4 estrelas os preços mínimos variam entre € 546 e € 567 (Portugal e Suécia) e € 888 (Alemanha); nas unidades de 3 estrelas encontramos preços mínimos de € 339 no mercado Espanhol e de € 679 e € 681 nos mercados Francês e Alemão respectivamente.
- Os preços das noites extra comportam-se da mesma forma que os *packages*, não ganhando a Madeira maior competitividade via estadas mais longas.

Resumo da análise de preços– Canárias Inverno 2003/2004



RESUMO CANÁRIAS

- Pode afirmar-se que em termos médios as Canárias são o destino mais caro de todos os analisados nos seis mercados. Contudo a sua grande amplitude de oferta de preços numa mesma categoria permite manter um grau elevado de competitividade face a outros destinos.
- É no mercado Espanhol que se encontram os melhores preços para o destino Canárias.
- Na oferta de unidades de 5 estrelas apenas no mercado Inglês as Canárias se apresentam com preços pouco acima da média. Há que porém ter em conta que várias das unidades de 5 estrelas das Canárias apresentam um nível qualitativo superior (luxo) face às unidades de outros destinos.
- Em termos de unidades de 4 estrelas as Canárias não se apresentam particularmente competitivas em nenhum mercado. Este facto deve-se em parte a terem sido considerados hotéis-apartamento os quais oferecem primeiramente Self-Catering com opção de meia-pensão. Em vários casos os preços praticados para a meia-pensão parecem demasiado elevados.
- Na categoria de 3 estrelas a situação é ligeiramente diferente com os preços nos mercados Português, Alemão e Inglês a aproximarem-se da média de mercado.
- Em valores absolutos mínimos um turista Espanhol pode alojar-se uma semana em meia pensão por € 600 numa unidade 5 estrelas das Canárias, enquanto para um Francês, de acordo com a classificação do operador, uma unidade similar custa € 1397.
- Em relação às unidades de 4 estrelas os preços mínimos variam entre € 415 (Espanha) e € 739 (França); nas unidades de 3 estrelas encontramos preços mínimos de € 402 no mercado Espanhol e de € 701 no mercado Francês.
- Os preços das noites extra comportam-se quase da mesma forma que os packages, ganhando as Canárias maior competitividade via estadas mais longas nas unidades de 4 estrelas no mercado Espanhol e Inglês.

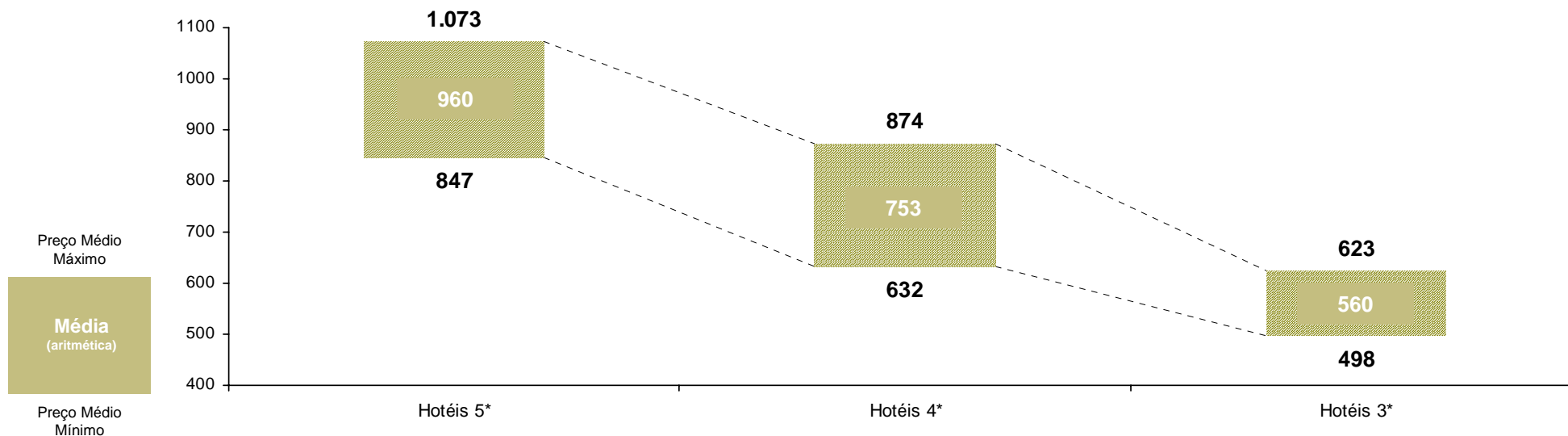
Análise de *Packages* / Preços – Verão 2004

No mercado Português o preço médio do *package* definido nos destinos em análise varia entre os 560 € para unidades de 3* e os 960 € para unidades de 5* ...

Rep.	
Qual.	
Preços	

PORTUGAL
Package

Análise de preços médios de *packages* do mercado
(euros)



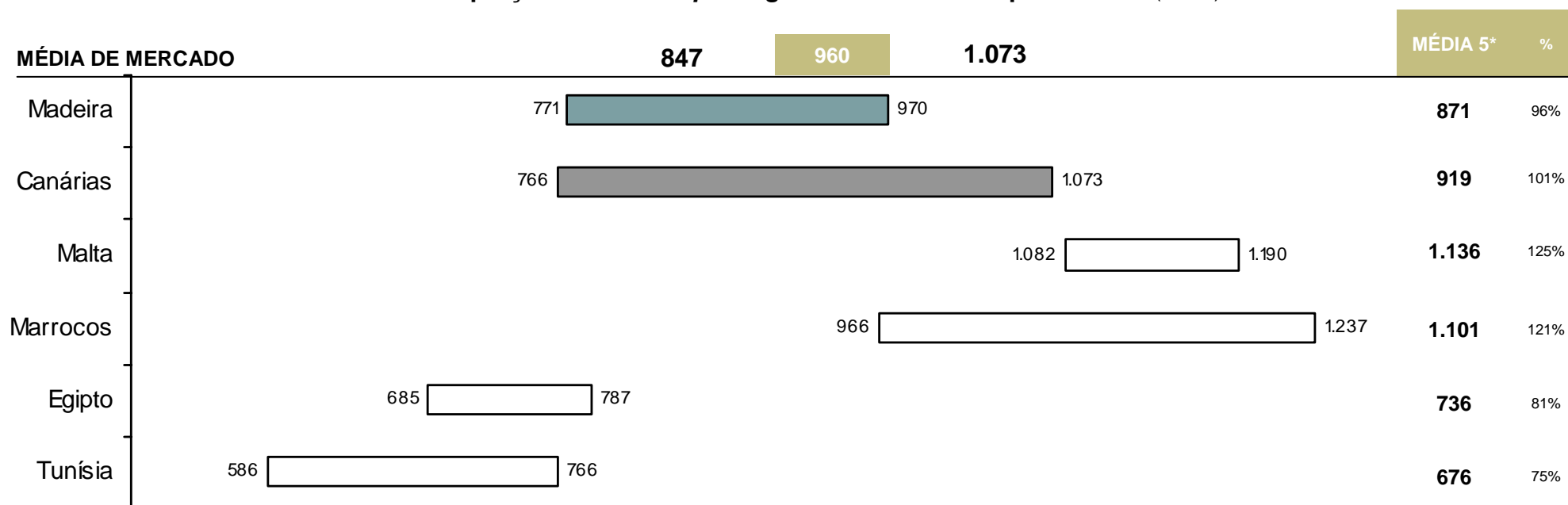
... podendo chegar aos 1 073 € em unidades de 5* e a um valor mínimo de 498 € em unidades de 3*; os hotéis de 4* apresentam valores entre os 632 € e os 874 €

O preço médio do *package* definido é de 871 € na Madeira (ligeiramente abaixo do mercado) e de 919 € nas Canárias (em linha com o mercado),...

Rep.	
Qual.	
Preços	

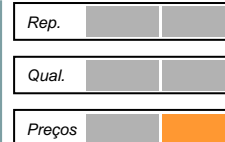
PORTUGAL
Package

Análise de preços médios de *packages* em hotéis de 5* por destino (euros)



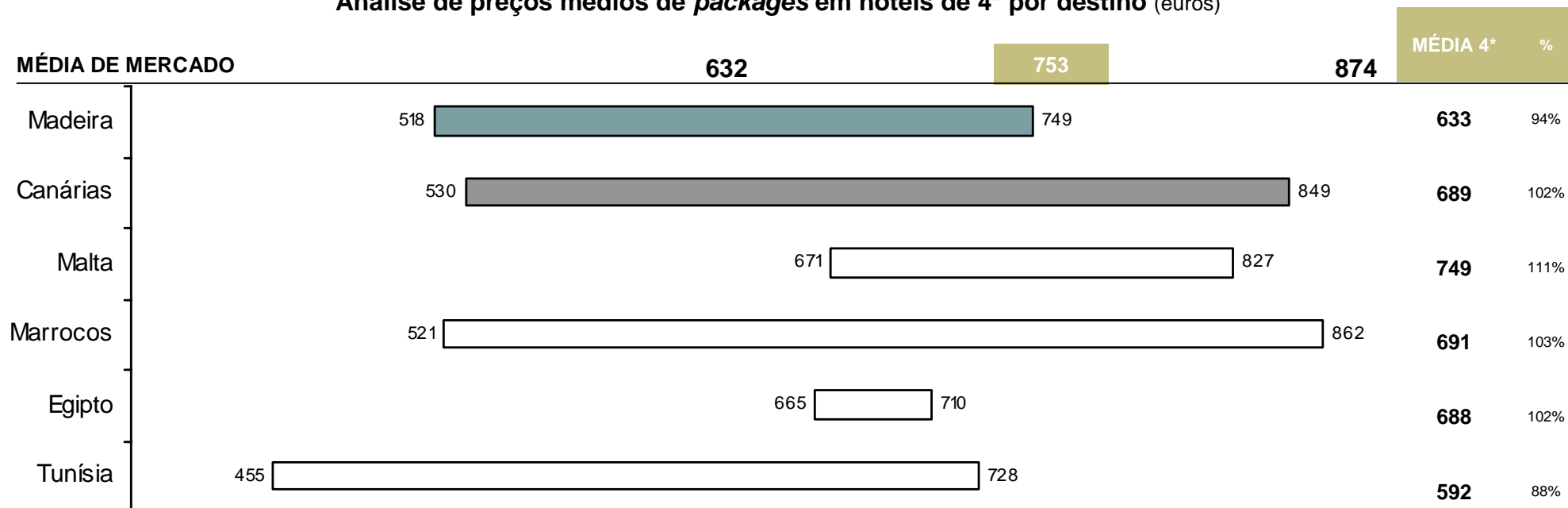
... numa categoria onde se destaca o facto dos destinos com preços mais elevados serem Malta (1 136 €) e Marrocos (1 101 €), ambos significativamente acima da média global (960 €)

O preço médio do *package* definido é de 633 € na Madeira (ligeiramente abaixo do mercado) e de 689 € nas Canárias (em linha com o mercado),...



PORTUGAL
Package

Análise de preços médios de *packages* em hotéis de 4* por destino (euros)



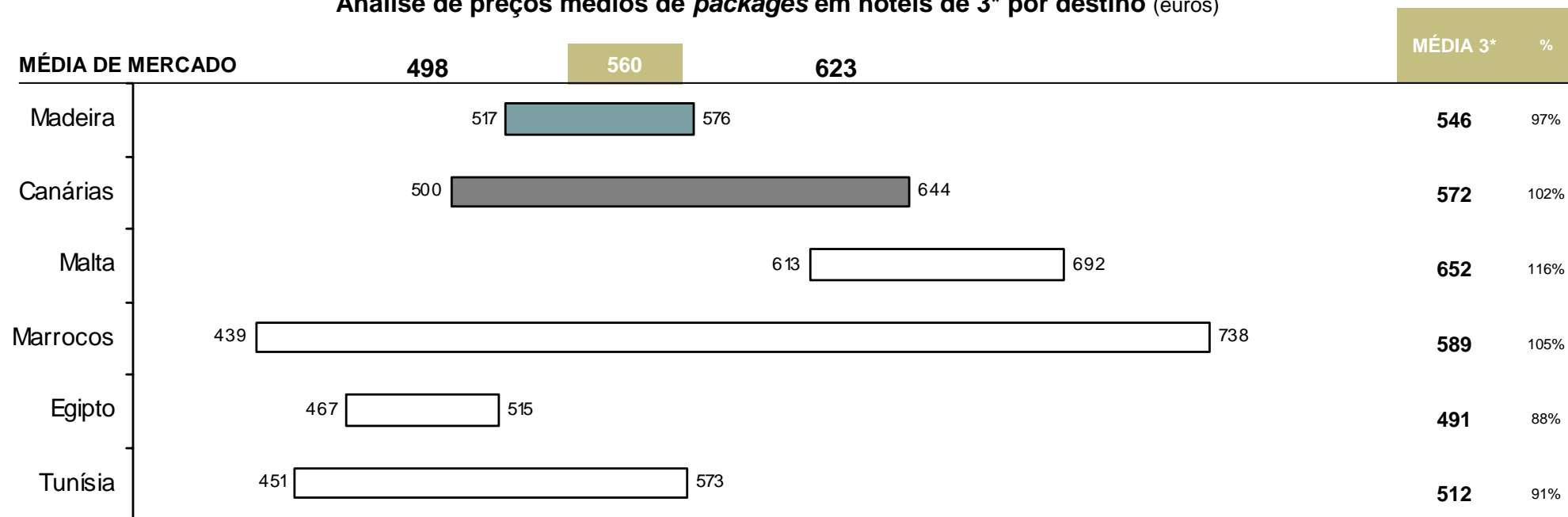
... destacando-se o facto do destino com preços mais elevado ser Malta (749 €), numa categoria onde se observa algum equilíbrio nos preços dos vários destinos

O preço médio do *package* definido é de 546 € na Madeira (ligeiramente abaixo do mercado) e de 572 € nas Canárias (em linha com o mercado), ...

Rep.	
Qual.	
Preços	

PORTUGAL
Package

Análise de preços médios de *packages* em hotéis de 3* por destino (euros)



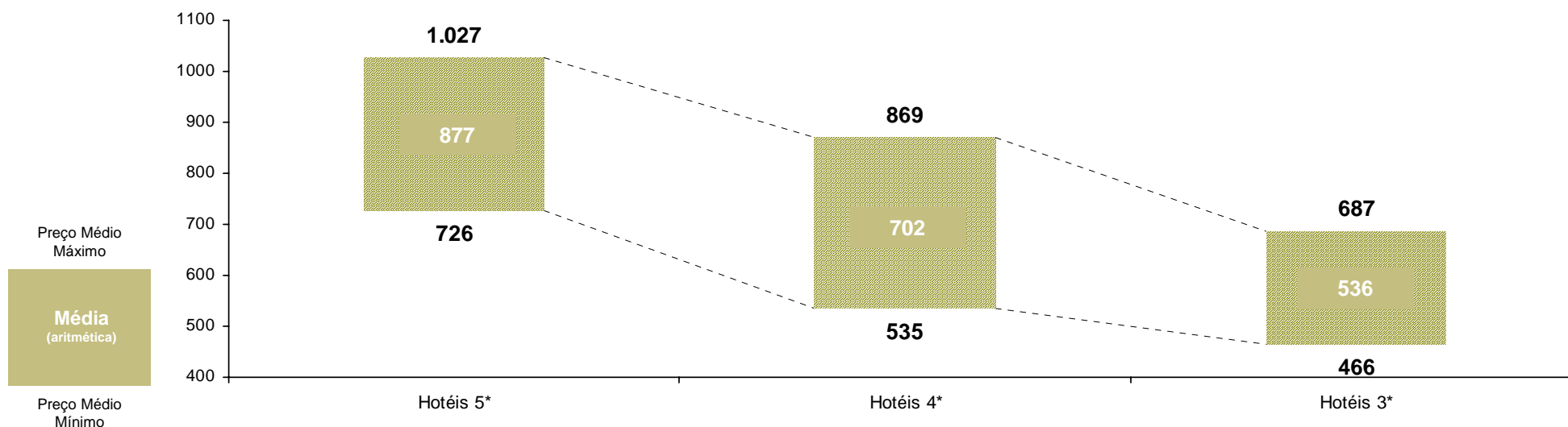
... destacando-se Malta como o destino onde o preço médio da categoria em análise é mais elevado (652 €)

No mercado Espanhol o preço médio do *package* definido nos destinos em análise varia entre os 536 € para unidades de 3* e os 877 € para unidades de 5* ...

Rep.	
Qual.	
Preços	

ESPAÑA
Package

Análise de preços médios de *packages* do mercado
(euros)



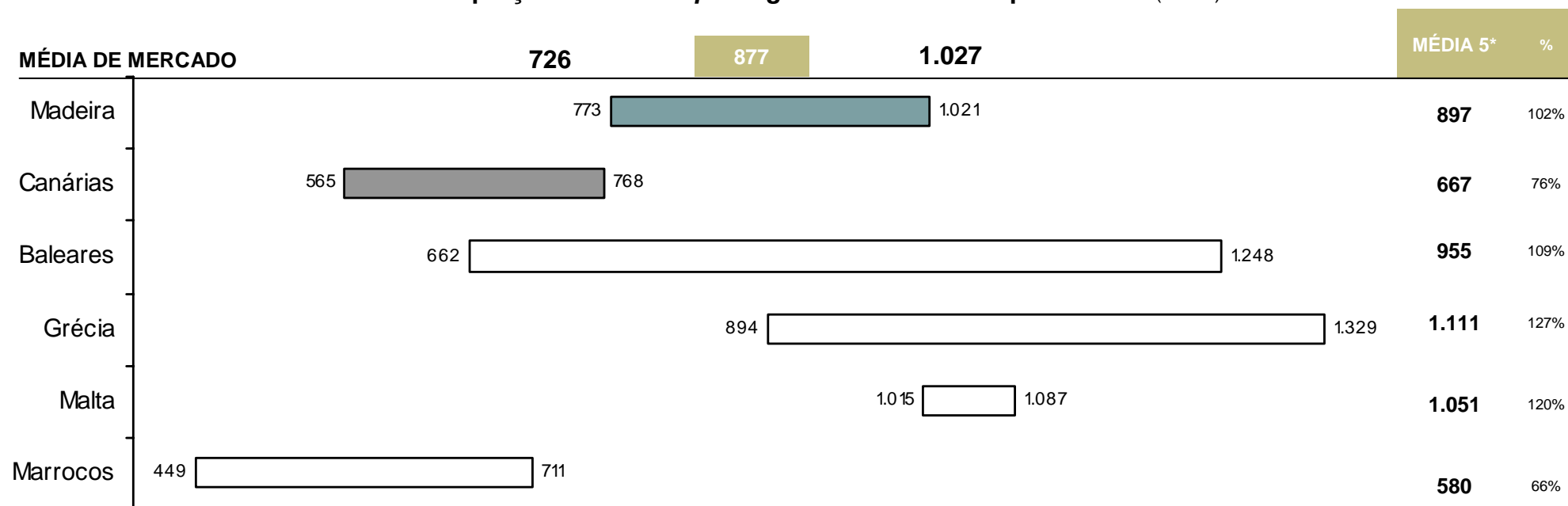
... podendo chegar aos 1 027 € em unidades de 5* e a um valor mínimo de 466 € em unidades de 3*; os hotéis de 4* apresentam valores entre os 535 € e os 869 €, num mercado onde os preços podem ser semelhantes entre as três tipologias

O preço médio do *package* definido é de 897 € na Madeira (em linha com o mercado) e de 667 € nas Canárias (31% abaixo do mercado),...

Rep.	
Qual.	
Preços	

ESPAÑA
Package

Análise de preços médios de *packages* em hotéis de 5* por destino (euros)



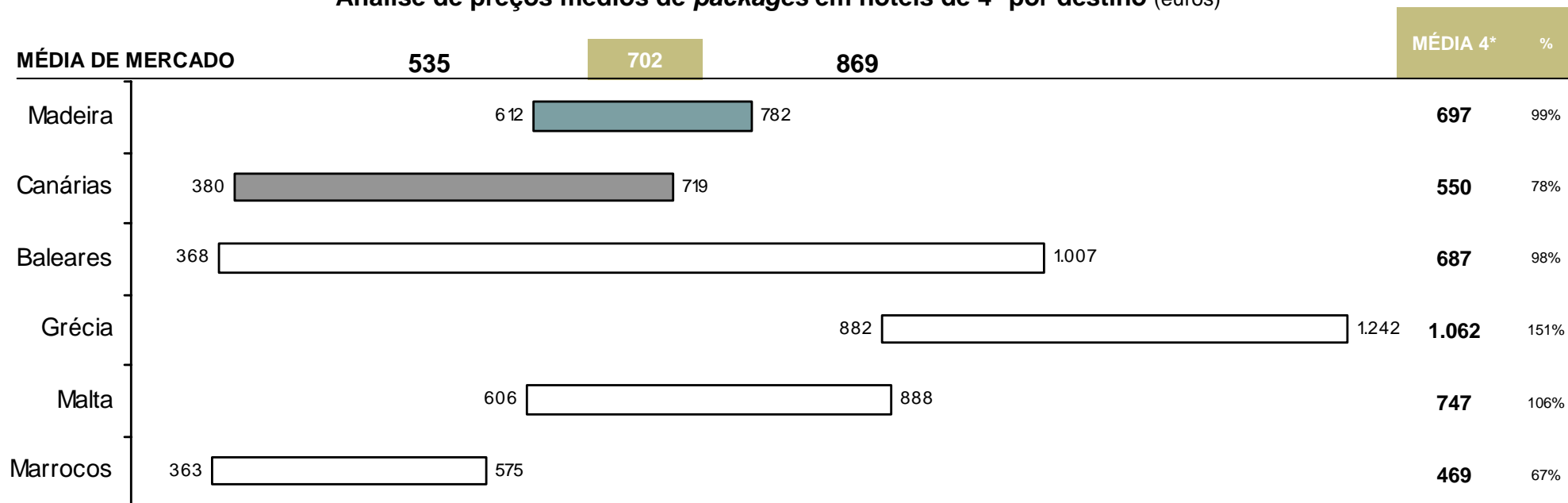
... sendo os destinos com preços médios mais elevados nesta categoria a Grécia (1 111 €, cerca de 27% acima do mercado) e Malta (1 051 €, cerca de 20% acima do mercado)

O preço médio do *package* definido é de 697 € na Madeira (em linha com o mercado) e de 550 € nas Canárias (27% abaixo do mercado), ...

Rep.	
Qual.	
Preços	

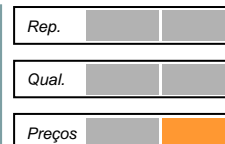
ESPAÑA
Package

Análise de preços médios de *packages* em hotéis de 4* por destino (euros)



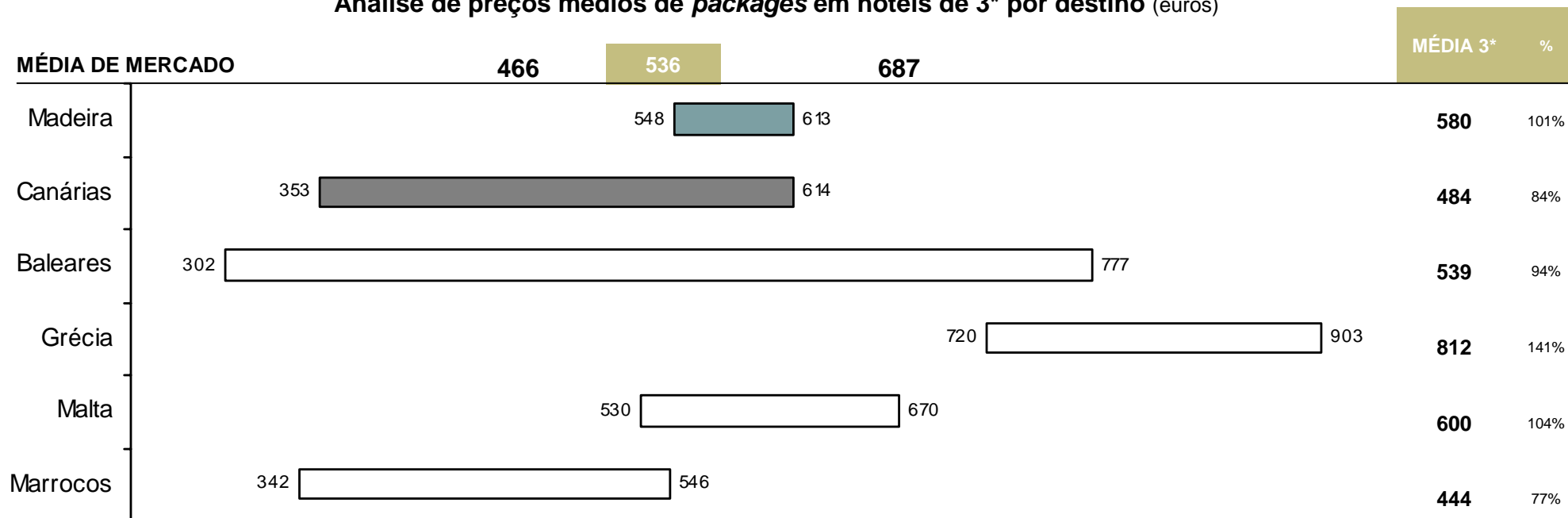
... sendo o destino com preço médio mais elevado nesta categoria a Grécia (1 062 €, cerca de 51% acima do mercado)

O preço médio do *package* definido é de 580 € na Madeira (em linha com o mercado) e de 484 € nas Canárias (11% abaixo do mercado), ...



ESPAÑA
Package

Análise de preços médios de *packages* em hotéis de 3* por destino (euros)



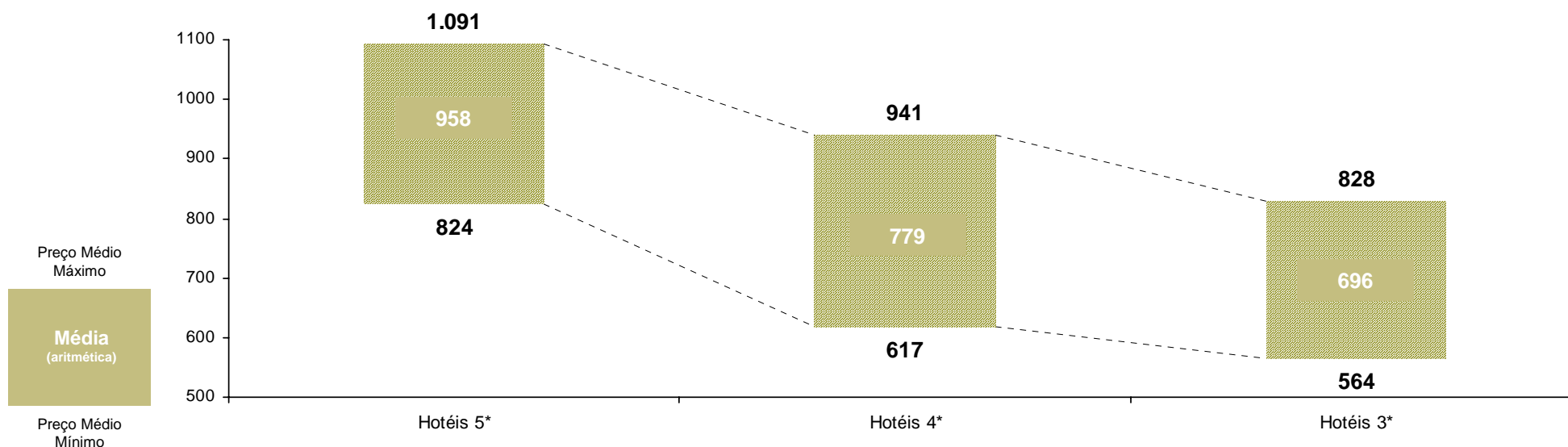
... sendo o destino com preço médio mais elevado nesta categoria a Grécia (812 €, cerca de 41% acima do mercado); destaque para a competitividade, via preço, do destino Marrocos

No mercado do Reino Unido o preço médio do *package* definido nos destinos em análise varia entre os 696 € para unidades de 3* e os 958 € para unidades de 5* ...

Rep.	
Qual.	
Preços	

REINO UNIDO
Package

Análise de preços médios de *packages* do mercado
(euros)



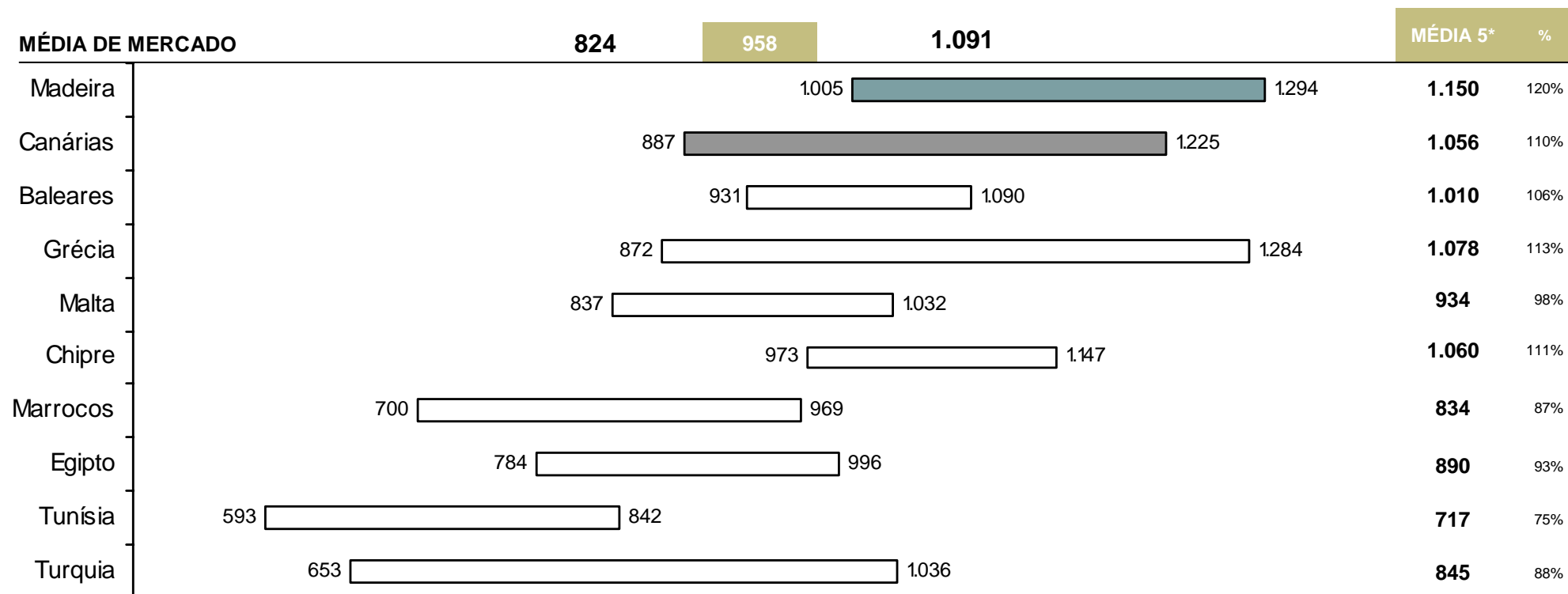
... podendo chegar aos 1 091 € em unidades de 5* e a um valor mínimo de 564 € em unidades de 3*; os hotéis de 4* apresentam valores entre os 617 € e os 941 €

O preço médio do *package* definido é de 1 150 € na Madeira (20% acima do mercado) e de 1 056 € nas Canárias (10% acima do mercado), sendo a Madeira o destino com o preço mais elevado na categoria ...

Rep.	
Qual.	
Preços	

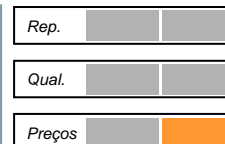
REINO UNIDO
Package

Análise de preços médios de *packages* em hotéis de 5* por destino (euros)



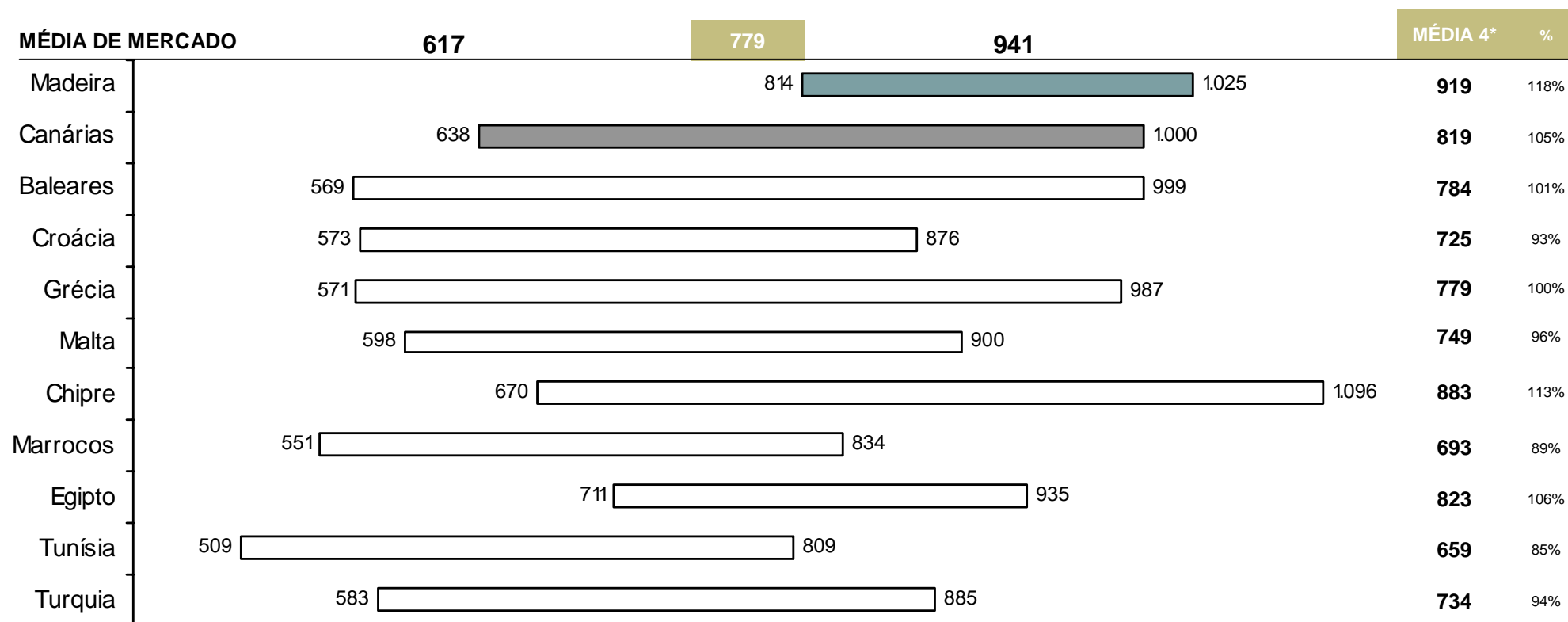
... podendo observar-se a forte competitividade, pelo preço, dos destinos Tunísia, Marrocos e Turquia, todos com preço médio inferior a 850 €

O preço médio do *package* definido é de 919 € na Madeira (18% acima do mercado) e de 819 € nas Canárias (5% acima do mercado), sendo a Madeira o destino com o preço mais elevado,...



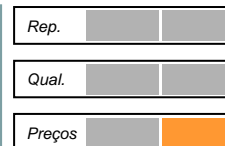
REINO UNIDO
Package

Análise de preços médios de *packages* em hotéis de 4* por destino (euros)



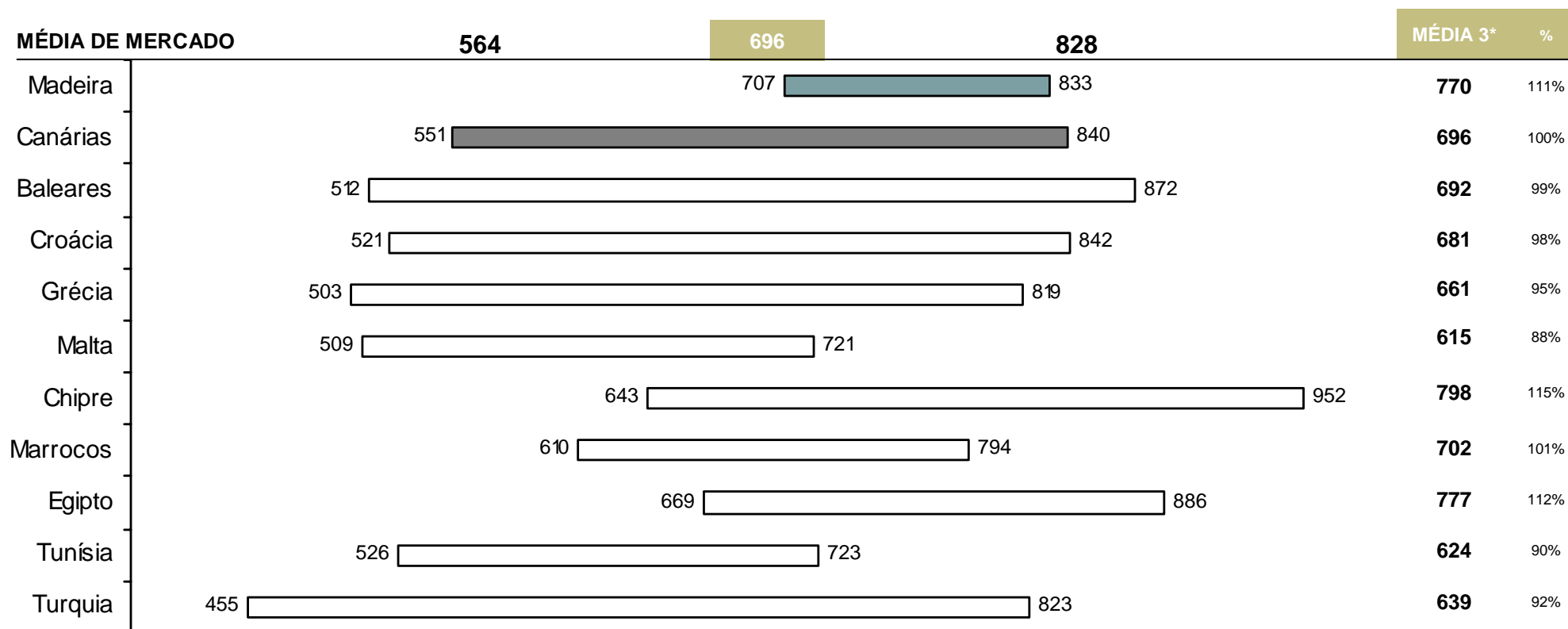
... podendo observar-se uma proximidade entre todos os restantes destinos que compõem a amostra analisada

O preço médio do *package* definido é de 770 € na Madeira (11% acima do mercado) e de 696 € nas Canárias (em linha com o mercado), ...



REINO UNIDO
Package

Análise de preços médios de *packages* em hotéis de 3* por destino (euros)



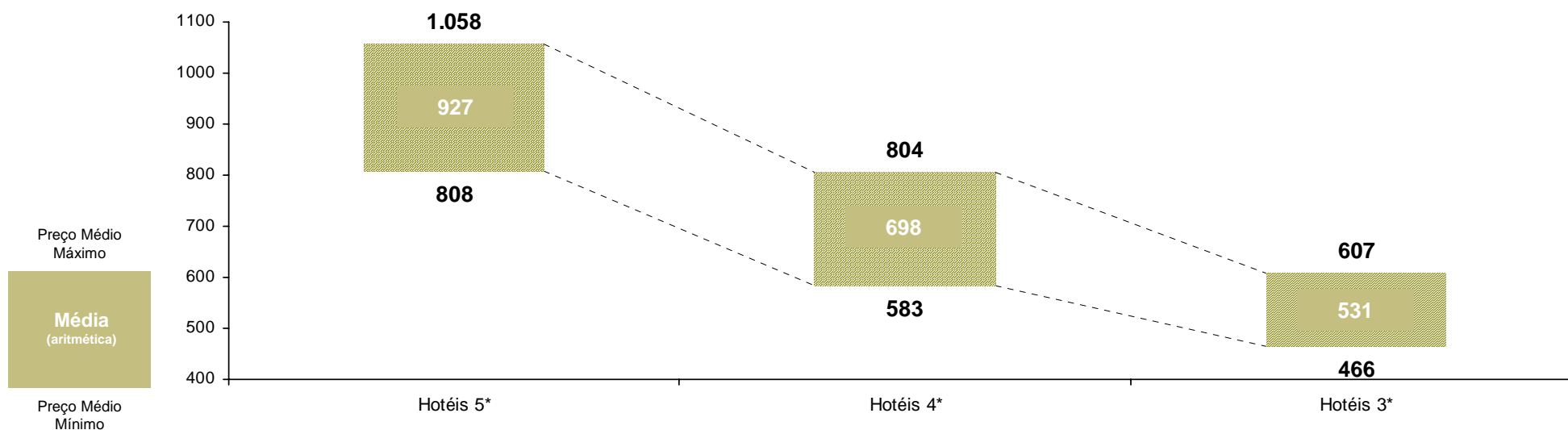
... onde se destaca o facto do preço mais elevado se verificar em Chipre (798 € cerca de 15% acima do mercado) e, por outro lado, a forte competitividade do preço de Malta (615 €), o mais reduzido da amostra de destinos analisados

No mercado Alemão o preço médio do *package* definido nos destinos em análise varia entre os 531 € para unidades de 3* e os 927 € para unidades de 5* ...

Rep.		
Qual.		
Preços		

ALEMANHA
Package

Análise de preços médios de *packages* do mercado
(euros)



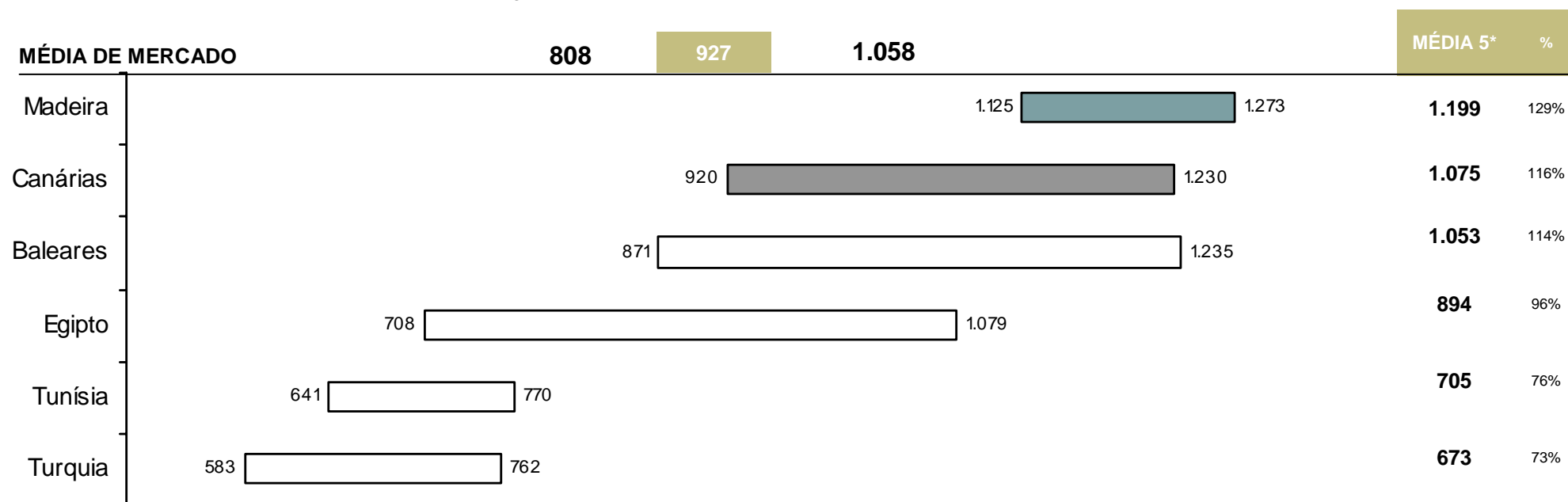
... podendo chegar aos 1 058 € em unidades de 5* e a um valor mínimo de 466 € em unidades de 3*; os hotéis de 4* apresentam valores entre os 583 € e os 804 €

O preço médio do *package* definido é de 1 999 € na Madeira (29% acima do mercado) e de 1 075 € nas Canárias (16% acima do mercado), os dois destinos com preços mais elevados da amostra ...

Rep.	
Qual.	
Preços	

ALEMANHA
Package

Análise de preços médios de *packages* em hotéis de 5* por destino (euros)



... onde se pode destacar ainda a forte competitividade do preço na Turquia (673 €) e Tunísia (705 €), ambos os destinos com preços que representam cerca de 75% da média do mercado

O preço médio do *package* definido é de 942 € na Madeira (35% acima do mercado) e de 818 € nas Canárias (17% acima do mercado), os dois destinos com preços mais elevados da amostra ...

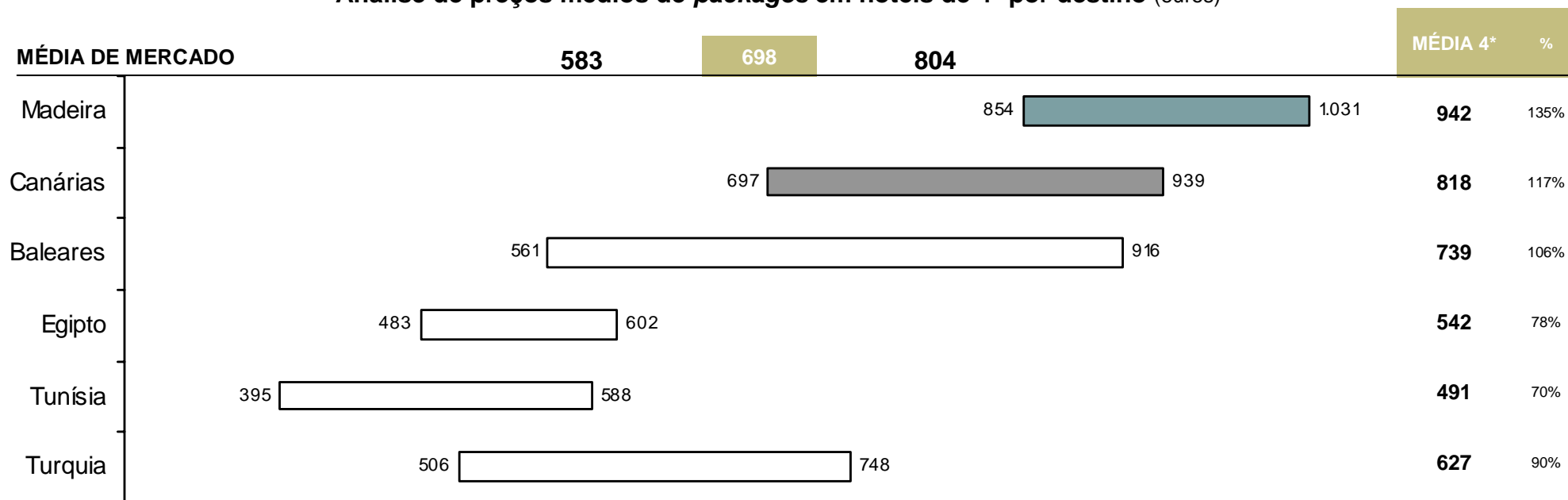
Rep.

Qual.

Preços

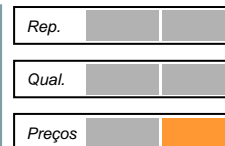
ALEMANHA
Package

Análise de preços médios de *packages* em hotéis de 4* por destino (euros)



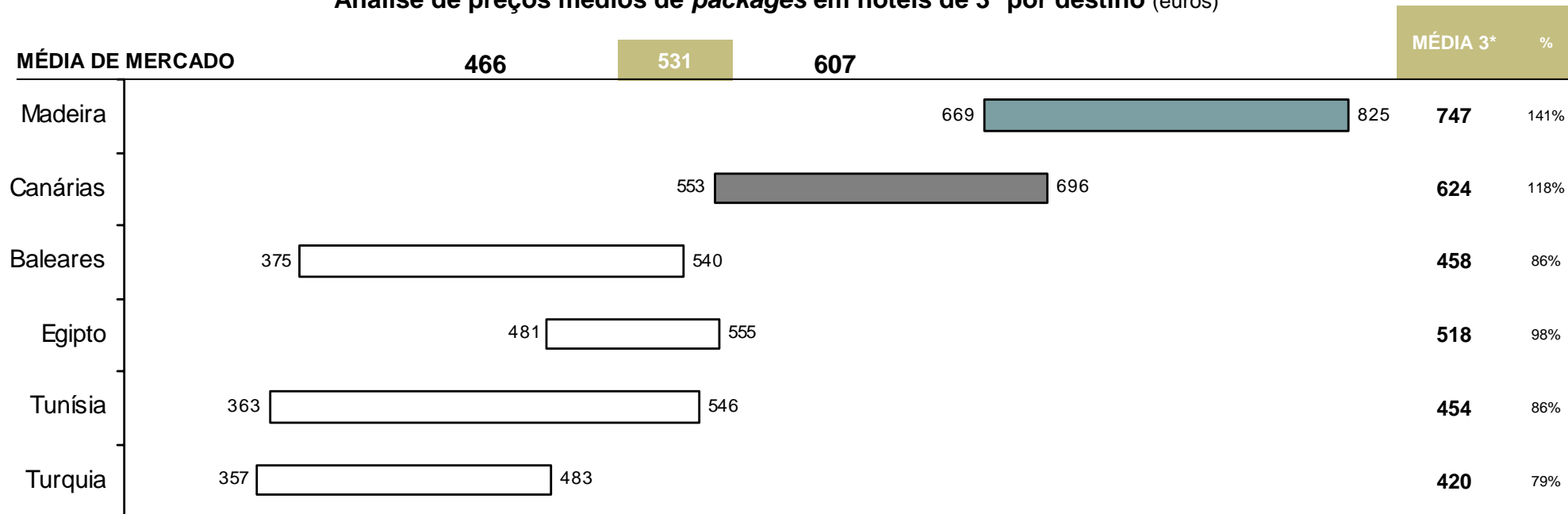
... destacando-se a diferença dos dois destinos (Madeira e Canárias) face à Tunísia (491 €) e ao Egipto (542 €), dois destinos que apresentam valores cerca de 50% inferiores ao registado na Madeira

O preço médio do *package* definido é de **747 €** na Madeira (41% acima do mercado) e de **624 €** nas Canárias (18% acima do mercado), os dois destinos com preços mais elevados da amostra ...



ALEMANHA
Package

Análise de preços médios de *packages* em hotéis de 3* por destino (euros)



... num mercado onde os outros quatro destinos em análise apresentam preços mais reduzidos e próximos entre si (entre 420 € na Turquia e os 518 € do Egipto)

Resumo da análise de preços– Madeira Verão 2004



RESUMO MADEIRA

- ❑ Para o mercado Português e Espanhol a oferta da Madeira apresenta-se muito competitiva. Nos mercados Sueco e Inglês os preços praticados encontram-se ligeiramente acima da média, enquanto nos restantes mercados, o Francês e o Alemão a Madeira perde competitividade para os restantes destinos.
- ❑ No cômputo geral, pode afirmar-se que é ao nível das unidades de 5 Estrelas que a Madeira é mais competitiva
- ❑ Já nas unidades de 4 estrelas a Madeira apenas se mostra competitiva no mercado Português e Espanhol, o mesmo acontecendo a nível das unidades de 3 estrelas.
- ❑ Uma sucinta comparação entre os preços praticados no Inverno 2003/2004 levam-nos a afirmar que a Madeira apresenta um elevado grau de estabilidade de preços oferecidos, não existindo variações superiores a 15%. Contudo estas não são sempre no mesmo sentido, destacando-se que os preços no mercado Alemão e Português diminuem claramente enquanto aumentam no mercado Inglês.
- ❑ Em valores absolutos médios um turista Sueco aloja-se uma semana em meia pensão por € 995 numa unidade 5 estrelas da Madeira, enquanto para um Francês, tendo em conta a classificação do operador, uma unidade similar custa € 1267.
- ❑ Em relação às unidades de 4 estrelas os preços médios variam entre € 615 (Espanha) e € 966 (Alemanha) e € 975 (França); nas unidades de 3 estrelas encontramos preços médios de € 385 no mercado Espanhol e de € 820 no mercado Alemão.
- ❑ Os preços das noites extra comportam-se da mesma forma que os packages, não ganhando a Madeira maior competitividade via estadas mais longas e perdendo até um pouco no mercado Português.

Resumo da análise de preços– Canárias Verão 2004

Rep.		
Qual.		
Preços		

RESUMO CANÁRIAS

- ❑ As Canárias são um destino extremamente competitivo no mercado Espanhol, competitivo nos mercados Português, do Reino Unido e da Alemanha e pouco competitivos no âmbito da oferta do mercado Francês e Sueco.
- ❑ Existe no mercado Espanhol uma clara troca de posições face ao Inverno entre as Canárias e as Baleares, apresentando este último destinos preços cerca de 20% superiores. O mesmo não se passa no mercado do Reino Unido e da Alemanha onde, apesar de uma aproximação de preços, as Baleares continuam mais competitivas.
- ❑ Na oferta de unidades de 5 estrelas os preços mais competitivos encontram-se no mercado Espanhol e Português, se bem que os praticados no Reino Unido e na Alemanha sejam apenas ligeiramente superiores à média. Uma situação similar acontece com a oferta de unidades de 4 e 3 estrelas; nesta última categoria a Suécia também apresenta preços ligeiramente acima da média.
- ❑ Comparando os preços praticados no Inverno 2003/2004 e no Verão 2004 observa-se todo o tipo de situações; a Suécia apresenta um ligeiro aumento de preços, a Alemanha e o Reino Unido mantêm preços similares. Os preços da oferta no mercado Francês diminuem ligeiramente. No mercado Português dá-se um decréscimo significativo (-15%), ultrapassado por decréscimos superiores a 30% no mercado Espanhol. Julgamos poder aqui descortinar a importância dos vôos charters no Verão nestes dois últimos mercados e o seu impacto na redução de preços.
- ❑ Em valores absolutos médios um turista Espanhol aloja-se uma semana em meia pensão por € 667 numa unidade 5 estrelas das Canárias, enquanto para um Francês, tendo em conta a classificação do operador, uma unidade similar custa € 1370.
- ❑ Em relação às unidades de 4 estrelas os preços médios variam entre € 550 (Espanha) e € 818 (Alemanha) e € 819 (Reino Unido); nas unidades de 3 estrelas encontramos preços médios de € 484 no mercado Espanhol e de € 775 no mercado Francês.

Objectivos do projecto e metodologia utilizada

Amostra das Brochuras / Operadores Turísticos

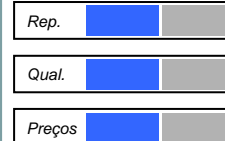
Análise de Representatividade

Análise Qualitativa

Análise de *Packages* / Preços

Conclusões e Recomendações

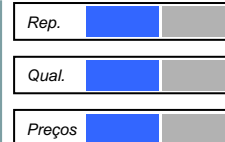
Madeira – Conclusões – Inverno 2003/2004



Considerando o volume de conclusões escritas já apresentadas ao longo dos capítulos deste estudo, pretendemos com as seguintes tabelas sumariar as conclusões da análise efectuada da competitividade para os destinos Madeira e Canárias face aos seus concorrentes. Para o efeito utilizamos uma classificação de 1 a 5 (1: Nada competitivo; 5 Muito competitivo).

MERCADO	REPRESENTATIVIDADE	IMAGEM	PREÇOS	GLOBAL
Portugal	4	2,4	4	10,4
Espanha	3,5	2,2	4	9,9
França	3	2,7	2	7,7
Reino Unido	2,5	3,2	2,8	8,5
Alemanha	4,2	2,6	2,1	8,9
Suécia	2,8	2,6	3,5	8,9

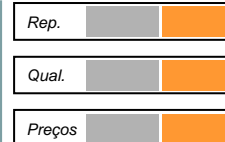
Canárias – Conclusões – Inverno 2003/2004



Considerando o volume de conclusões escritas já apresentadas ao longo dos capítulos deste estudo, pretendemos com as seguintes tabelas sumariar as conclusões da análise efectuada da competitividade para os destinos Madeira e Canárias face aos seus concorrentes. Para o efeito utilizamos uma classificação de 1 a 5 (1: Nada competitivo; 5 Muito competitivo).

MERCADO	REPRESENTATIVIDADE	IMAGEM	PREÇOS	GLOBAL
Portugal	2,5	2,8	2,5	7,8
Espanha	4,5	2,2	3,5	10,2
França	1,9	2,6	2,1	7,6
Reino Unido	3	3,2	3,2	9,4
Alemanha	4	2,2	2,8	9
Suécia	4	2,8	3	9,8

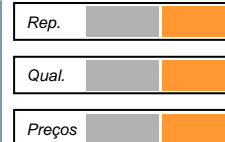
Madeira – Conclusões – Verão 2004



Considerando o volume de conclusões escritas já apresentadas ao longo dos capítulos deste estudo, pretendemos com as seguintes tabelas sumariar as conclusões da análise efectuada da competitividade para os destinos Madeira e Canárias face aos seus concorrentes. Para o efeito utilizamos uma classificação de 1 a 5 (1: Nada competitivo; 5 Muito competitivo).

MERCADO	REPRESENTATIVIDADE	IMAGEM	PREÇOS	GLOBAL
Portugal	4	2,5	4,5	11
Espanha	3,8	2,6	3,9	10,3
França	3	2,4	2,3	7,7
Reino Unido	3	3,1	3	9,1
Alemanha	4,5	2,7	1,9	8,1
Suécia	2,8	2,3	3,1	8,2

Canárias – Conclusões – Verão 2004



Considerando o volume de conclusões escritas já apresentadas ao longo dos capítulos deste estudo, pretendemos com as seguintes tabelas sumariar as conclusões da análise efectuada da competitividade para os destinos Madeira e Canárias face aos seus concorrentes. Para o efeito utilizamos uma classificação de 1 a 5 (1: Nada competitivo; 5 Muito competitivo).

MERCADO	REPRESENTATIVIDADE	IMAGEM	PREÇOS	GLOBAL
Portugal	3,3	2,3	4,3	9,9
Espanha	4,5	2,4	4,9	11,8
França	1,2	2,4	2,4	6
Reino Unido	3,5	3,2	3,5	10,2
Alemanha	3,9	2,5	3,1	9,5
Suécia	2,5	2,5	2,9	7,9

Madeira - Recomendações

Rep.	
Qual.	
Preços	

Servindo o presente relatório como um elemento de consulta para diversas actividades de promoção e venda tanto de Organismos Públicos e Privados e não tanto como um estudo fechado, definindo estratégias específicas, não gostaríamos de terminar este relatório, sem elaborar algumas recomendações estratégicas baseadas nas análises efectuadas. Assim, e no caso da Madeira, parece relevante à **neoturis** o seguinte:

- Em termos da Oferta Hoteleira, julgamos que **as unidades hoteleiras de qualidade inferior**, as quais já são classificadas com menos uma estrela por vários operadores, **devam ser reclassificadas**, reduzindo custos e apresentando preços mais competitivos;
- A versatilidade turística da Madeira e mesmo o seu reconhecimento como destino não é clara na maioria das brochuras analisadas em diversos mercados. **Negociar com Operadores a inclusão de mais páginas sobre o Destino**, custeadas pelos organismos públicos e pelos privados, apresenta-se como uma solução para atrair um maior número de turistas face à capacidade instalada;
- Numa acção conjunta entre a Oferta e a Promoção, a Madeira deverá ser vendida como **destino para Famílias**. Para o conseguir, é necessário que as unidades hoteleiras criem estruturas apelativas para crianças e que existam fora das unidades actividades para elas e para os Pais;
- Julgamos que um incentivo às ligações directas com o **mercado Espanhol** conjugadas com uma promoção eficaz podem trazer fluxos de turistas significativamente superiores aos actualmente registados; e
- Por último há que ter em atenção que os operadores turísticos terão cada vez mais destinos com características semelhantes à Madeira para oferecer (ex. Bulgária), os quais, devido ao custo de vida mais reduzido, podem oferecer preços imbatíveis. A solução terá forçosamente de passar por **um esforço de redução da dependência dos operadores turísticos**, através de captação de um maior número de clientes directos e de grupos de conferências e incentivos, segmentos para os quais as ligações aéreas directas são fundamentais.

Canárias - Recomendações

Rep.	
Qual.	
Preços	

As Canárias, desde logo pela dimensão da oferta turística, têm um peso significativo nas brochuras dos operadores turísticos. Contudo, a sua quase exclusiva associação a Sol & Mar releva-se um entrave ao desenvolvimento do destino. Assim, e no caso das Canárias, parece relevante à **neoturís** o seguinte:

- Em termos da Oferta Hoteleira, julgamos que as novas **unidades hoteleiras de 5 Estrelas e 4 estrelas**, devam ser alvo de um maior esforço de promoção pois além de requalificadoras do Destino, oferecem novos produtos (Golfe, Wellness) que possibilitam a atracção de novos turistas .
- Não existindo dificuldades no reconhecimento das Canárias como destino turístico, este reconhecimento é baseado apenas nas áreas onde se concentram as unidades hoteleiras. Existe pois, em nossa opinião, **a necessidade de promoção das ilhas nas suas diferentes valências junto dos operadores**. As capitais das Ilhas apresentam motivos de interesse tanto históricos como culturais, o interior das Ilhas é composto por locais tradicionais e por áreas onde a natureza se conserva intacta. Mesmo em termos de Parques Temáticos as Canárias já detêm uma oferta interessante que deve ser promovida logo na brochura e não somente quando o turista chega ao Destino
- Complementarmente ao ponto anterior torna-se necessário **diminuir a associação quase que exclusiva ao Sol & Mar**. As possibilidades de Touring em cada Ilha ou Inter-ilhas (tendo em conta os novos barcos rápidos), o fomento ao desporto de aventura (mergulho, treeking) e ao desfrute da Natureza são pontos a considerar.
- Em termos de mercados emissores julgamos ter identificado um problema com o **mercado Francês**. Desconhecendo se já foram tomadas medidas para atrair mais turistas deste mercado e respectivos resultados (poderá não valer o esforço), julgamos que deva ser alvo de atenção por parte dos Organismos responsáveis.
- Por último, e à semelhança do que se regista na Madeira, há que ter em atenção que os operadores turísticos terão cada vez mais destinos com características semelhantes às Canárias para oferecer permitindo a um turista alojar-se num 5 estrelas num determinado destino ao preço de um 3 Estrelas nas Canárias. A solução terá forçosamente de passar por **um esforço de redução da dependência dos operadores turísticos**.



UNIÃO EUROPEIA

Fundos Estruturais



***Análise de Benchmarking Madeira, Canárias e mercados concorrentes
relativamente às Brochuras dos Operadores Turísticos***

Apresentação Pública