

Estudo sobre o Gasto Turístico na Madeira

Cliente:

D.R.T.M.

Av. Arriaga, nº 18
9004-519 FUNCHAL

Preparado por:

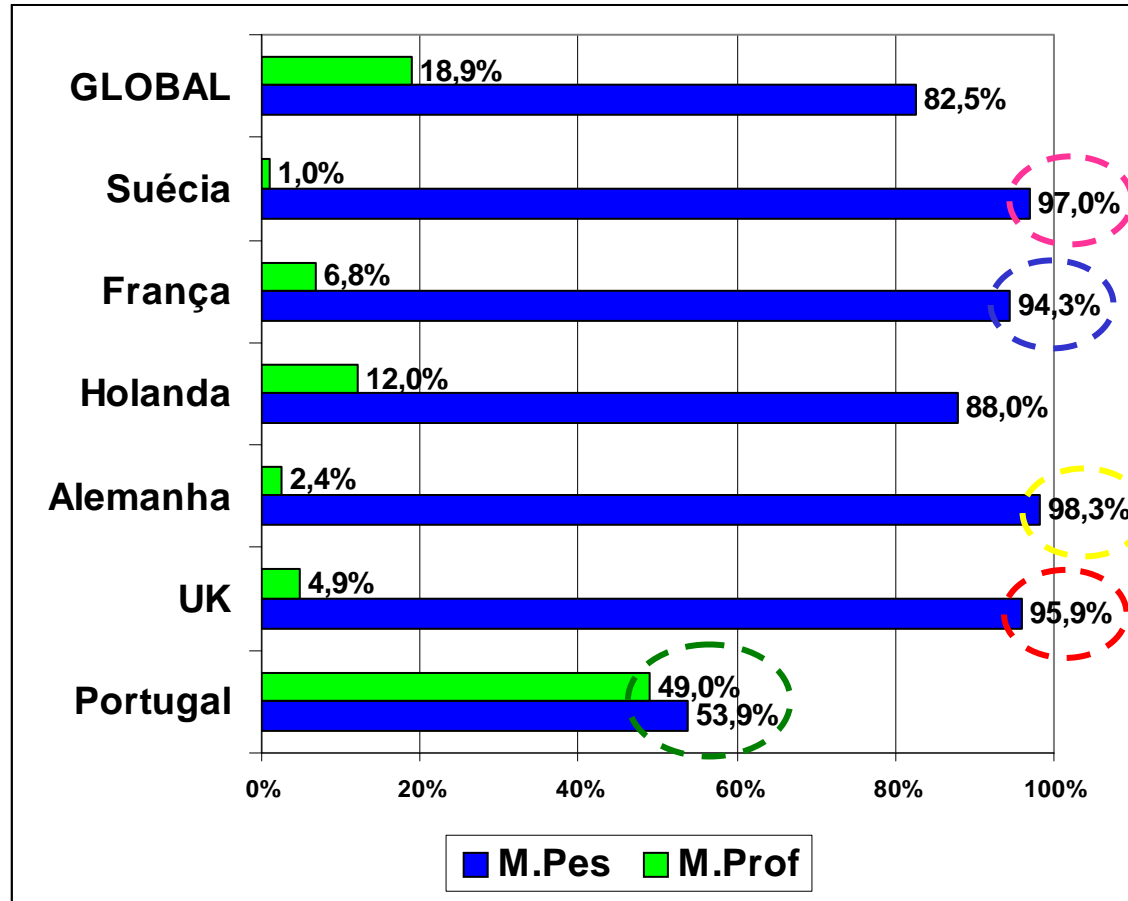
synovate Portugal

Av. da República, nº 41 – 1º Dtº
1050-187 LISBOA

Dezembro 2003/Janeiro 2004

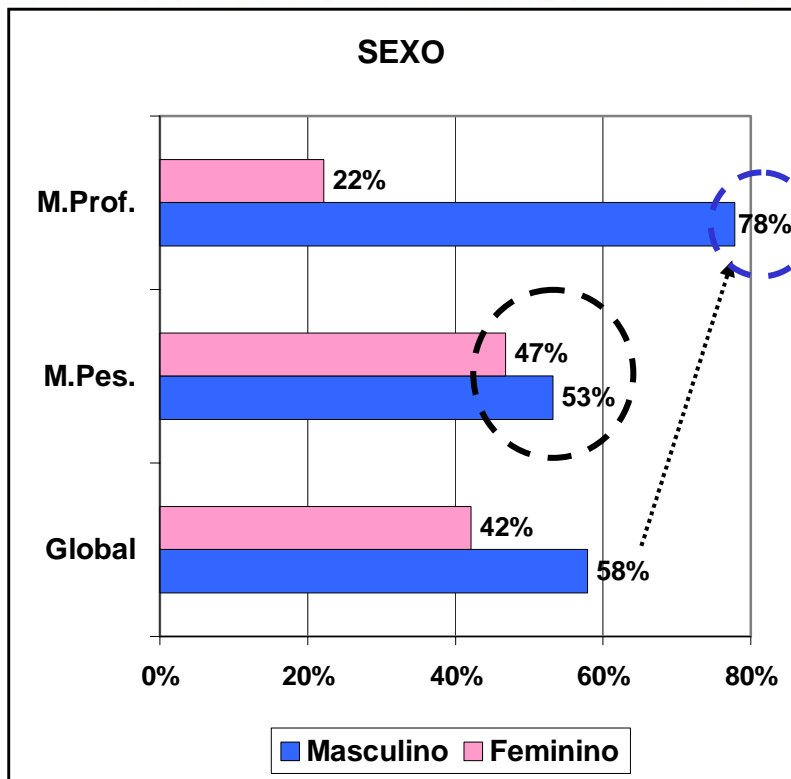


Motivo da viagem

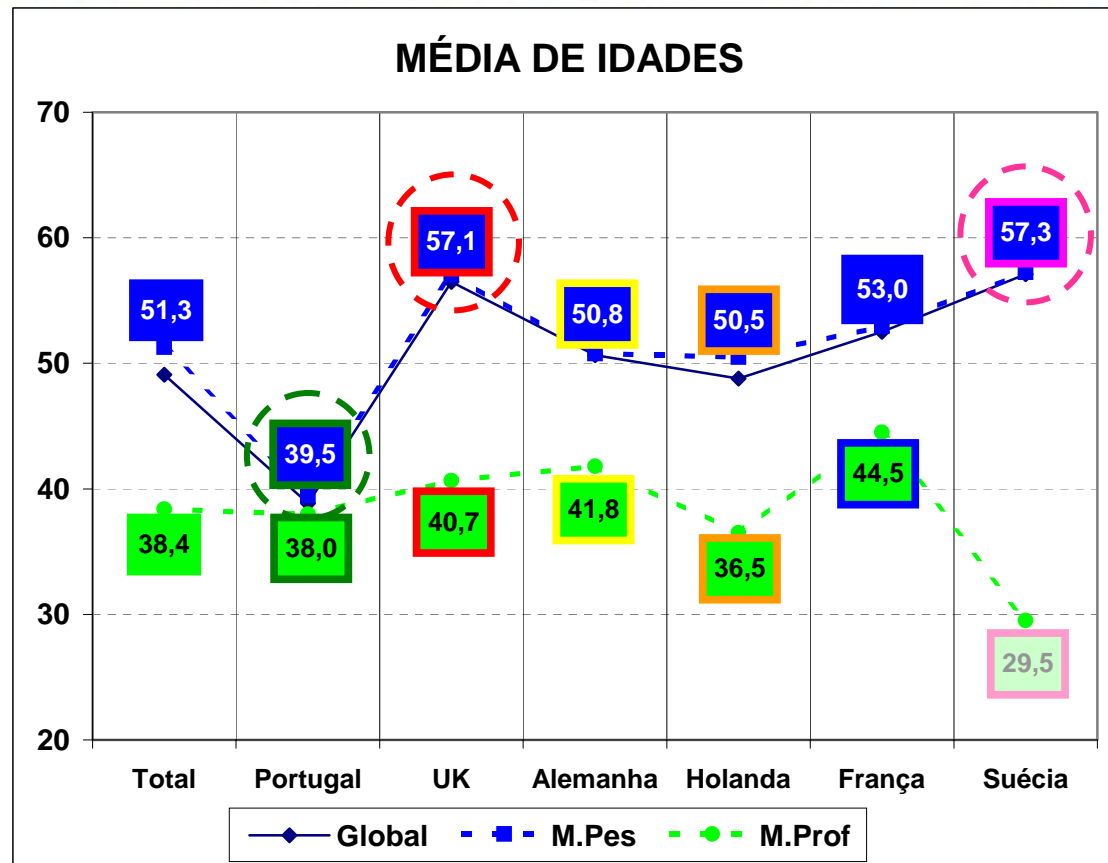


O motivo principal de viagem à Madeira é **peçoal/férias**, para quase todos os mercados, à excepção de Portugal, sendo que, em cada 10 residentes em **Portugal** Continental, 5 visitam a Madeira por motivos pessoais e 5 por motivos profissionais.

Perfil sócio-demográfico (1)

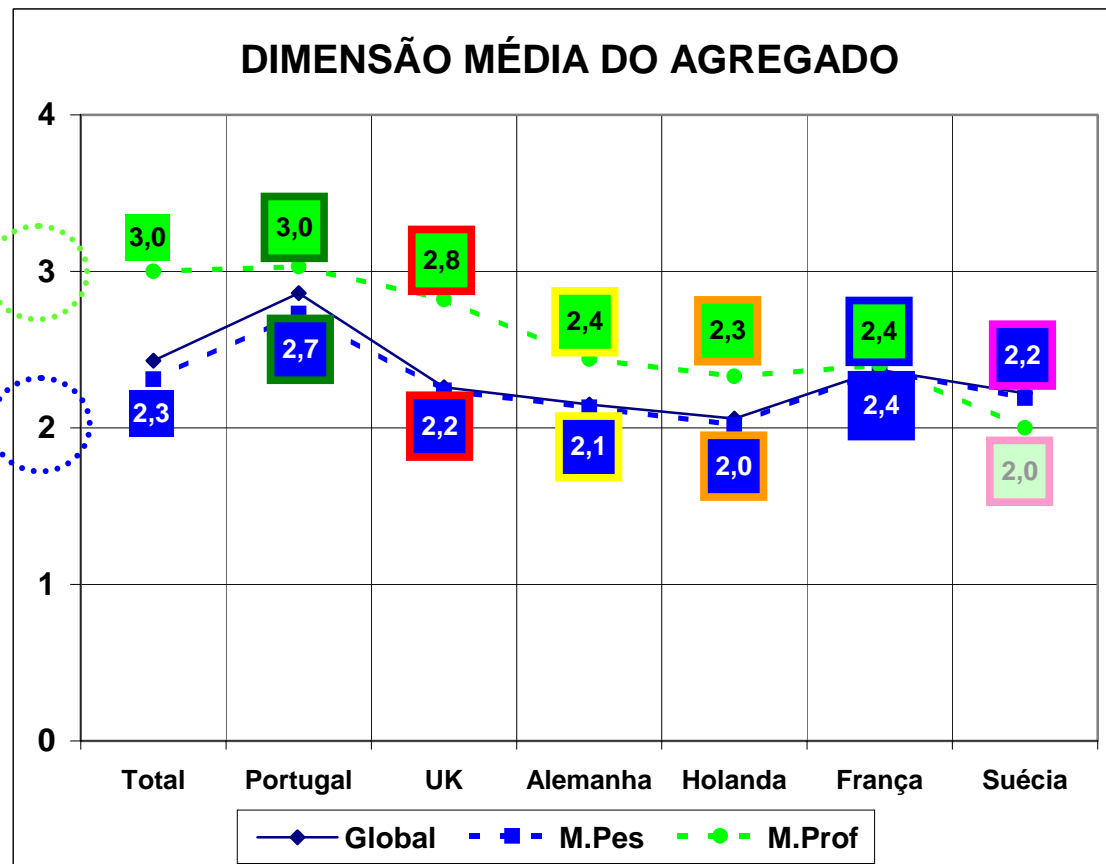


Os visitantes da Madeira, são genericamente tanto **homens** como **mulheres**. A ligeira maior incidência de visitantes do sexo masculino, deve-se aos visitantes por **motivos profissionais**, que são maioritariamente homens (78%).



Em termos globais, os turistas evidenciam uma estrutura etária tendencialmente envelhecida, sobretudo os que visitam a ilha por **motivos pessoais**. Os mercados **inglês** e **sueco** são os que apresentam o perfil etário mais envelhecido (idade média de 57 anos), e o mercado **português** o mais “jovem” (idade média de 39,5 anos).

Perfil sócio-demográfico (2)

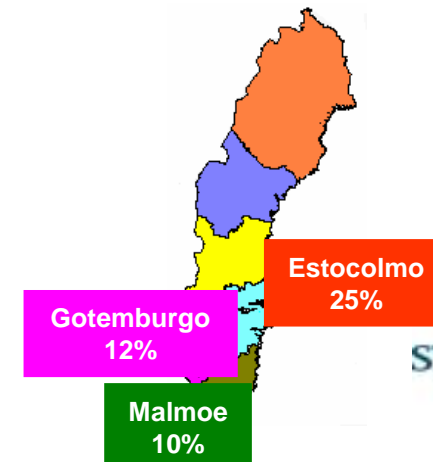
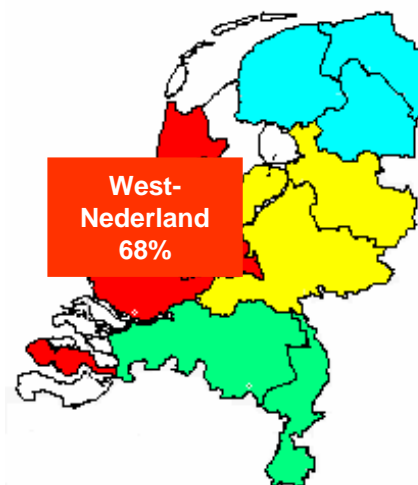
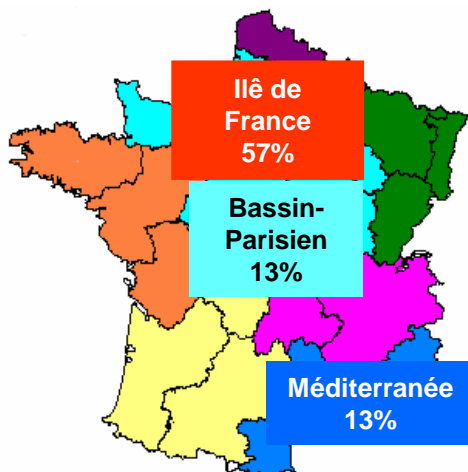
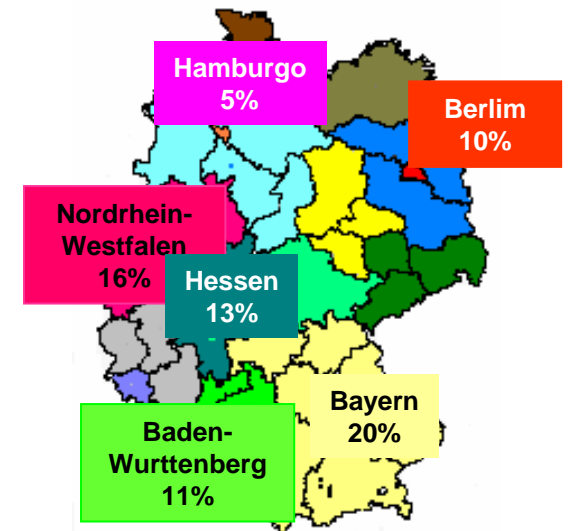
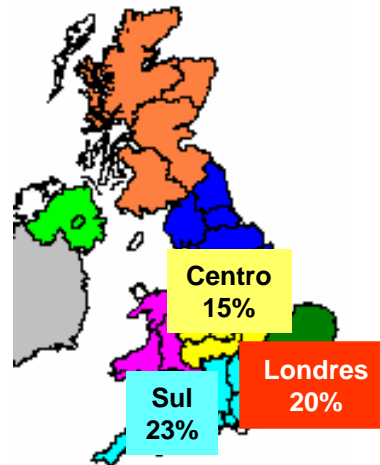
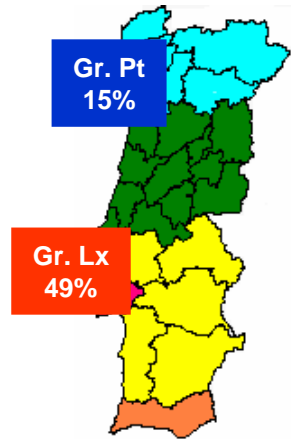


A grande maioria dos turistas que visitam a Madeira vivem em agregados de pequena dimensão (2 pessoas), sobretudo os que visitam a ilha por **motivos pessoais** (63%):

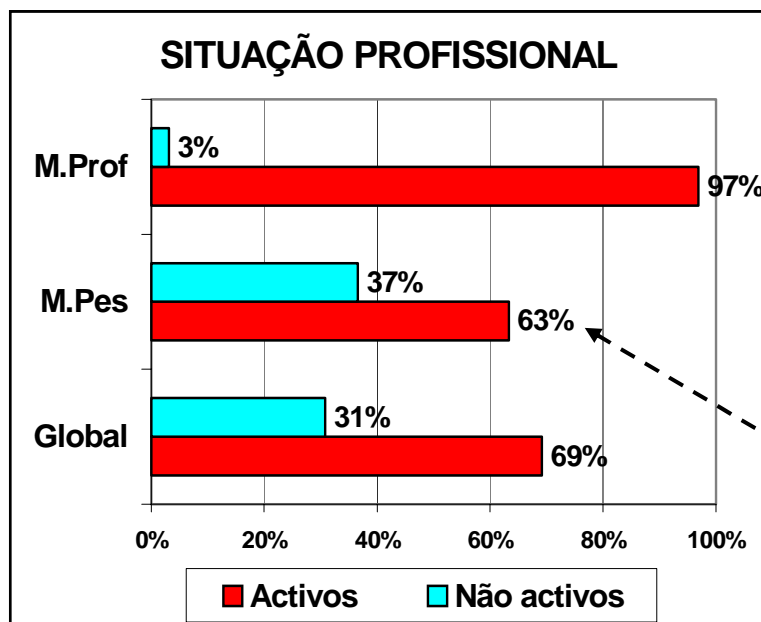
- **7 a 8 em cada 10** turistas de cada um dos mercados, vivem em agregados de **2** pessoas, excepto **Portugal** e **França**, respectivamente 4 e 6 em cada 10.

Perfil sócio-demográfico (3)

Os turistas que visitam a Madeira evidenciam um **perfil bastante urbano**, sendo que a grande maioria reside em grandes centros urbanos e arredores:



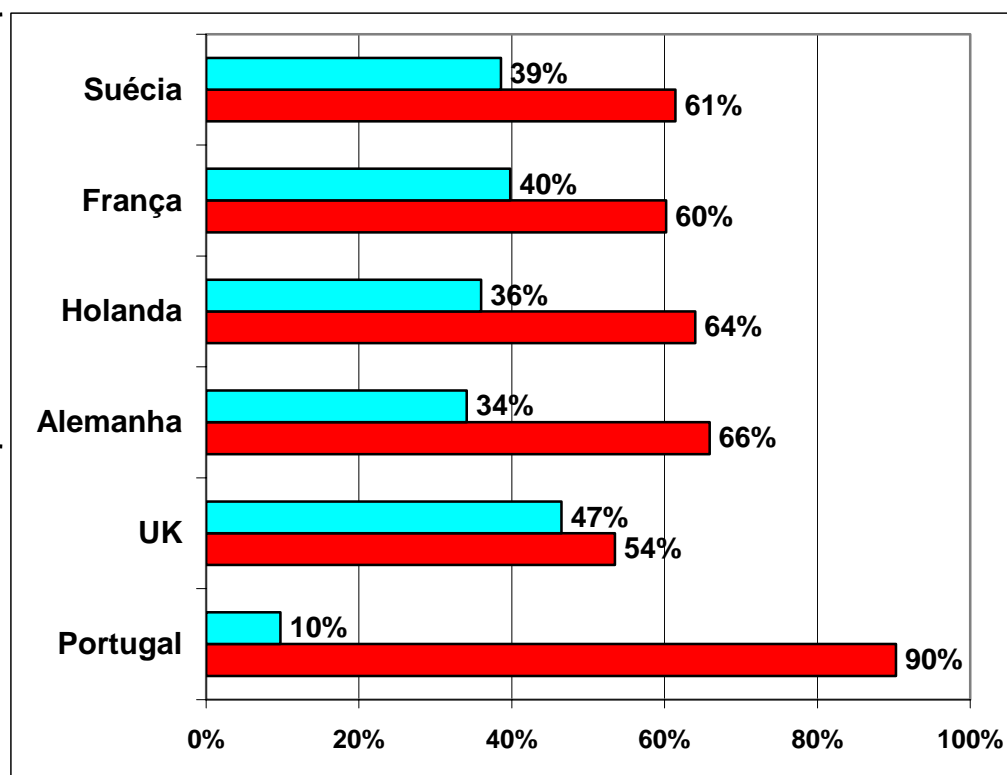
Perfil sócio-económico e Ocupacional (1)



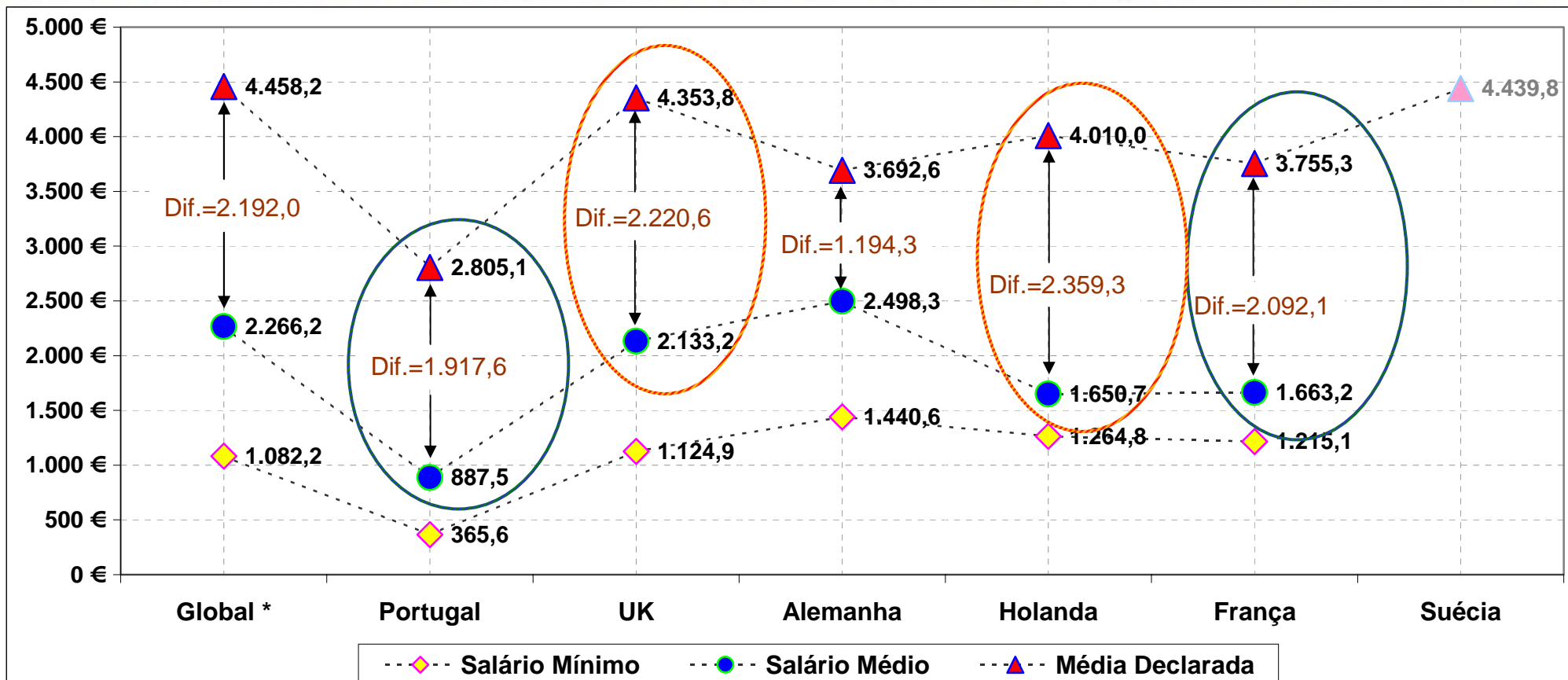
Os visitantes da Madeira são na sua maioria, **activos**, tanto os que visitam a Madeira por **motivos pessoais** como os que a visitam por **motivos profissionais** sendo que estes últimos são a quase totalidade (97%).

Há, no entanto, a registar diferenças significativas em função do país de origem:

- Os **portugueses** são maioritariamente **activos**: 9 em cada 10
- Os **ingleses** são tanto **activos** como **não-activos**
- Os turistas provenientes dos restantes países, são prioritariamente **activos**, aproximando-se do Perfil global: 6 em cada 10



Perfil sócio-económico e Ocupacional (2)



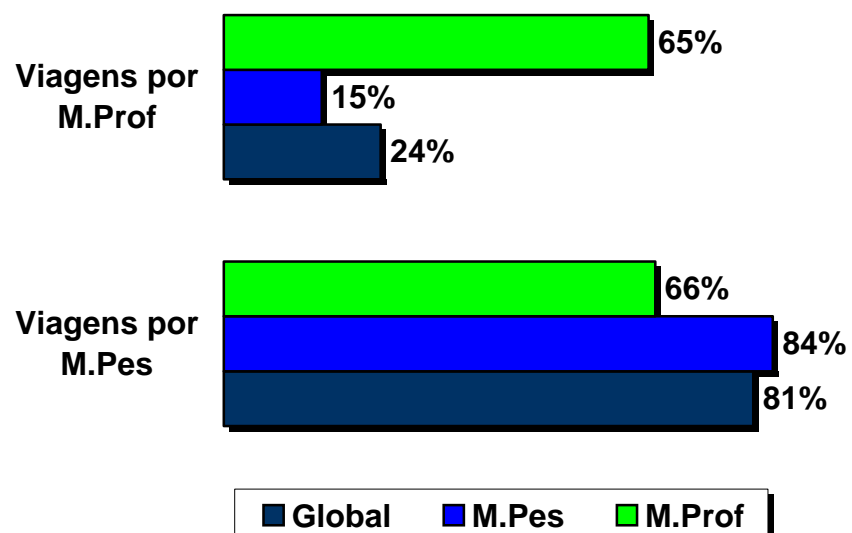
Da leitura directa dos resultados, os ingleses e os suecos são os que apresentam médias de rendimento declarado mais elevadas, no entanto, tendo em consideração os **padrões salariais de cada país** (salário médio e salário mínimo), e o diferencial entre o salário médio e a média declarada, observa-se que, globalmente, os 5 países apresentam níveis de rendimento bastante semelhantes, **acima da média** dos respectivos países, destacando-se, num **1º nível**, o **Reino Unido** e a **Holanda**, seguido de **França** e **Portugal** num **2º nível** e finalmente a **Alemanha**, cujo diferencial é consideravelmente inferior ao da média Global.

Hábitos de Viagem – Anuais

Globalmente, os visitantes da ilha da Madeira, são viajantes...

... regulares ...

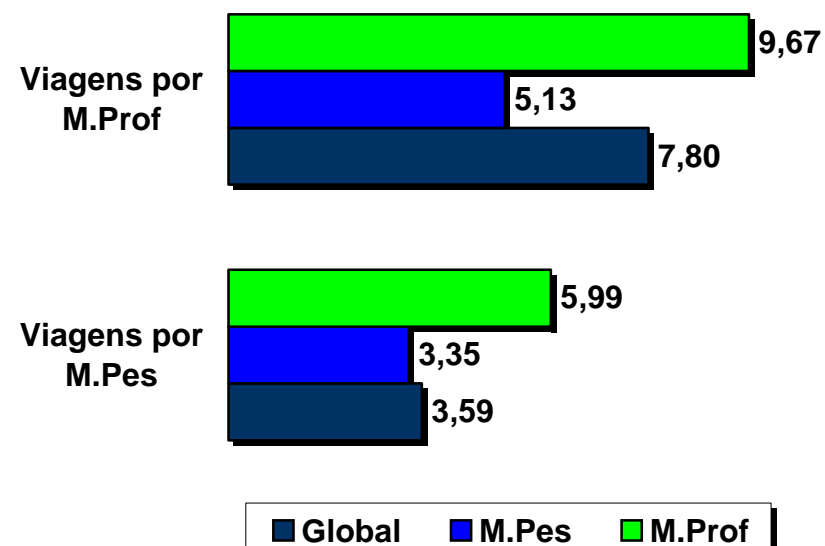
EFFECTUA VIAGENS ANUAIS (%)



e

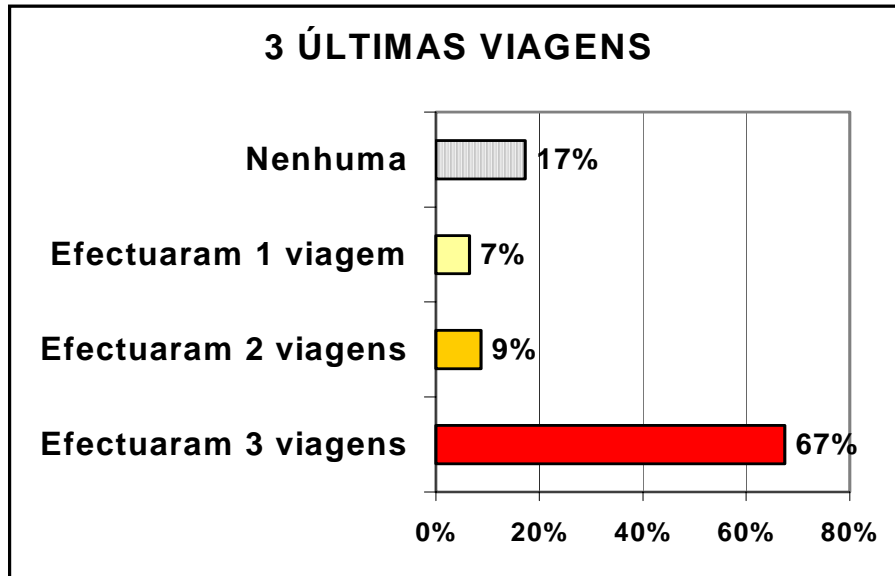
... frequentes

Nº MÉDIO DE VIAGENS ANUAIS



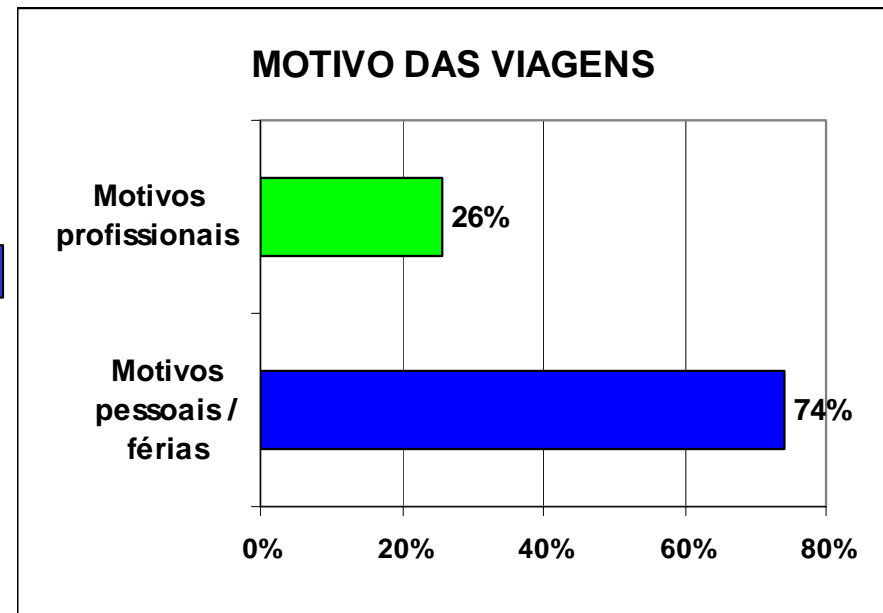
Hábitos de Viagem – 3 últimas viagens

(1)



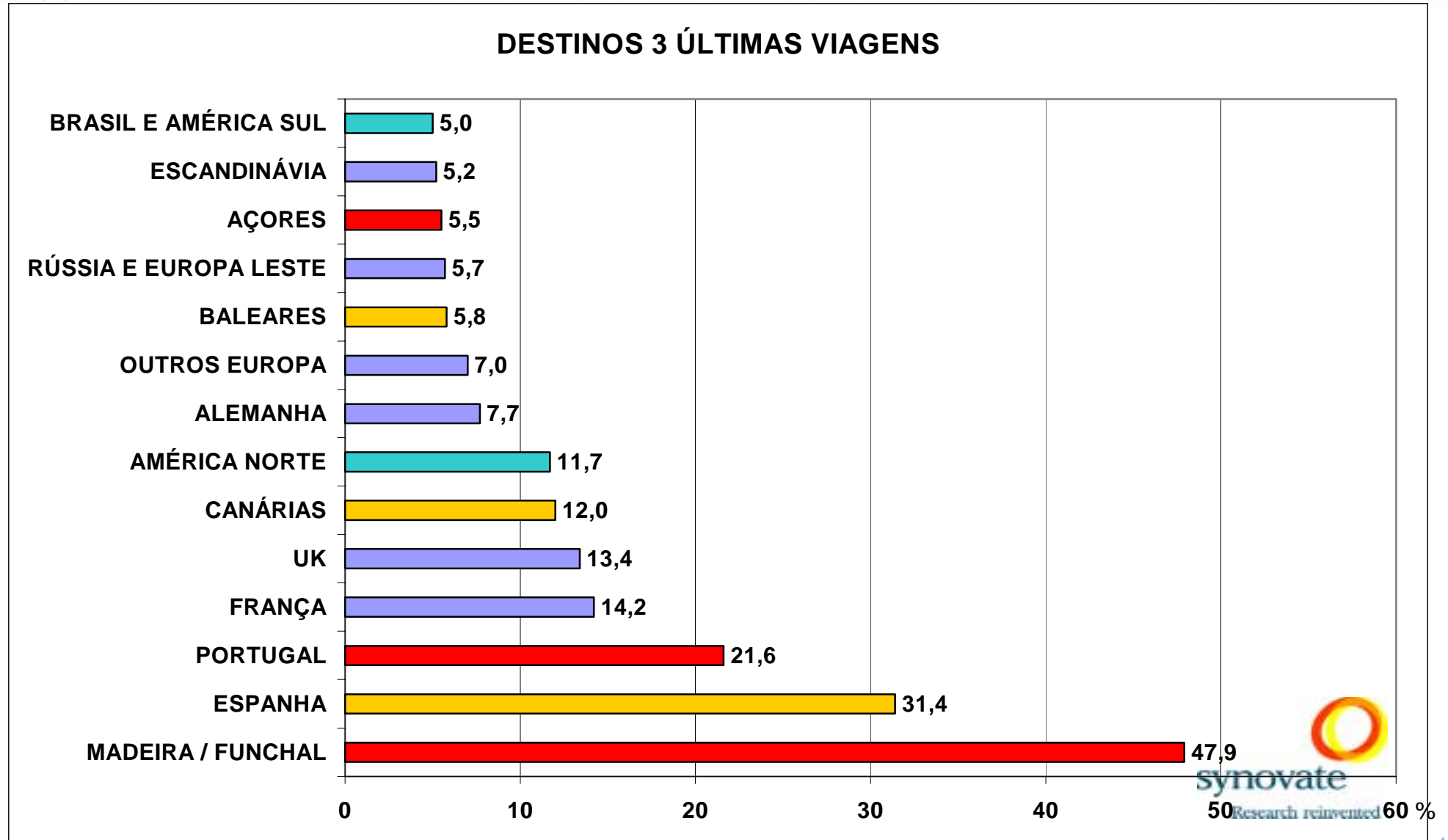
Quando questionados sobre as 3 últimas viagens que realizaram, a grande maioria dos inquiridos, indica as 3 viagens (67%). Apenas 17% diz nunca ter viajado antes.

74% das viagens realizadas foram por motivos pessoais/lazer/férias



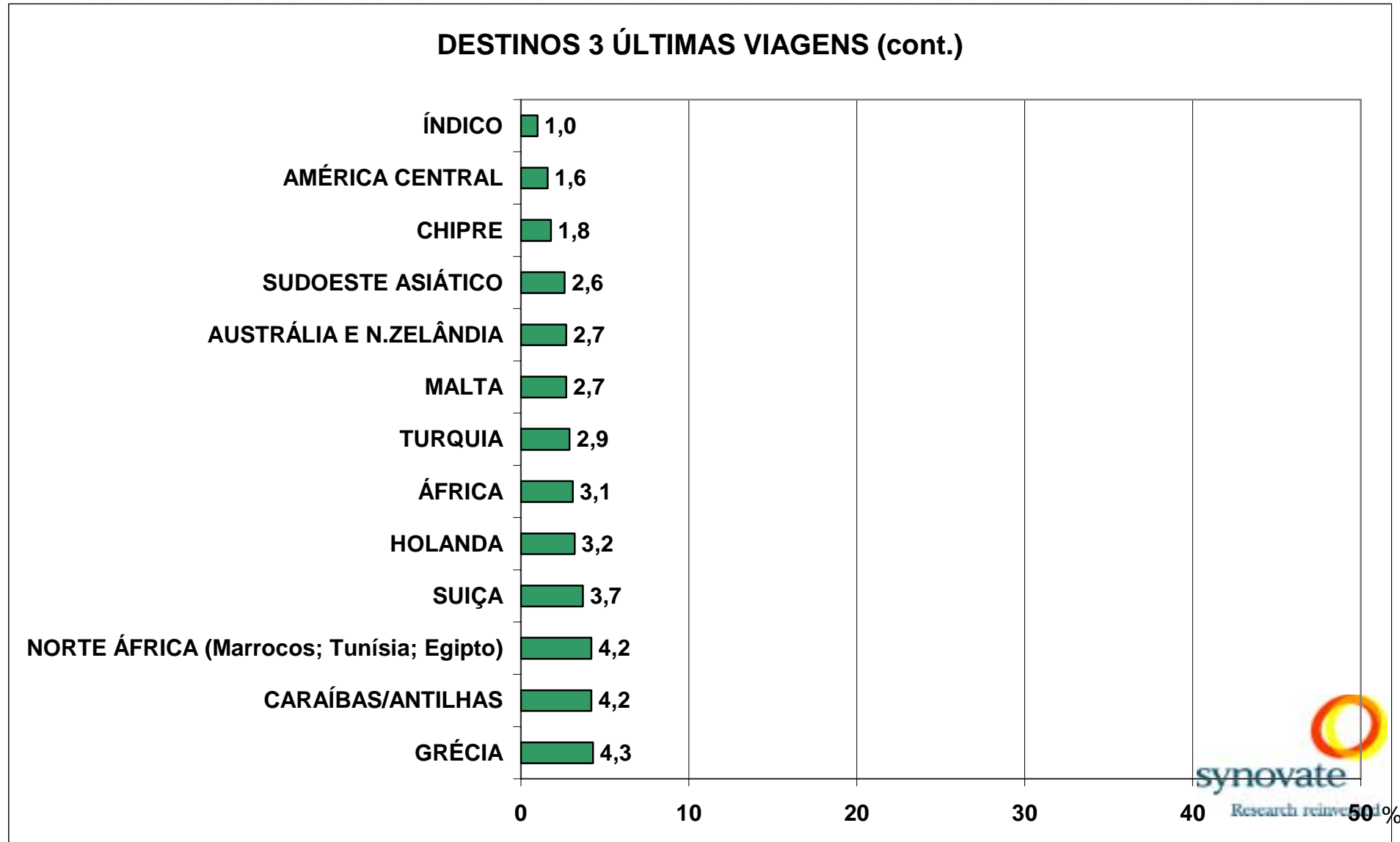
Hábitos de Viagem – 3 últimas viagens

(2)



Hábitos de Viagem – 3 últimas viagens

(3)

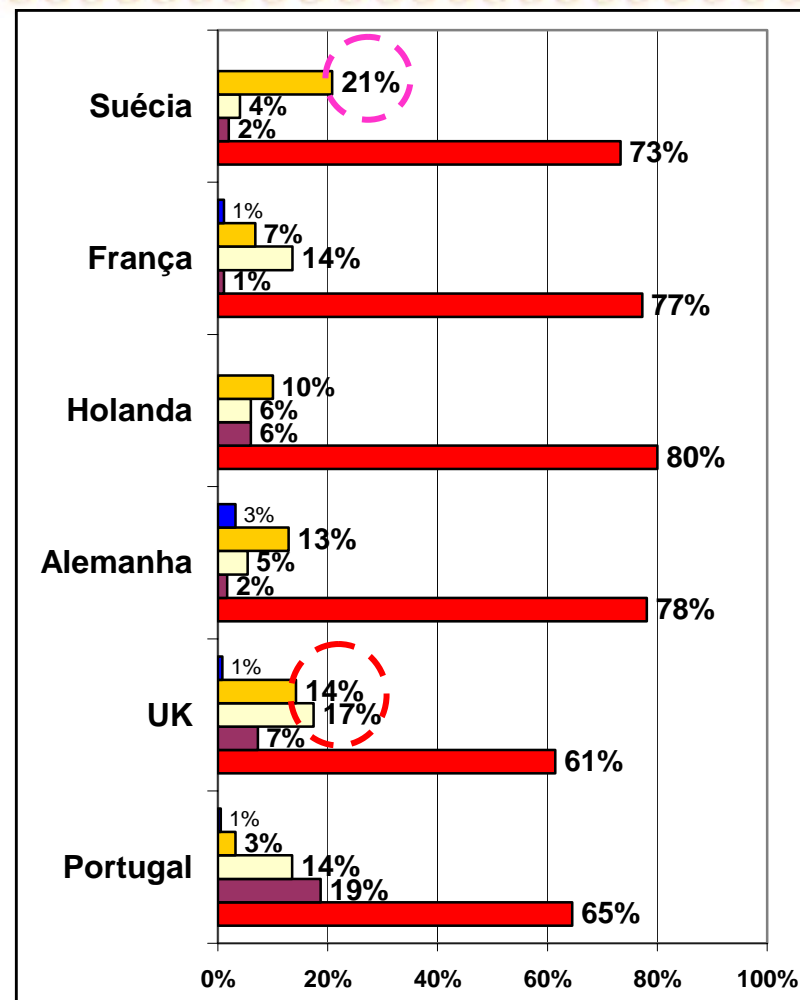
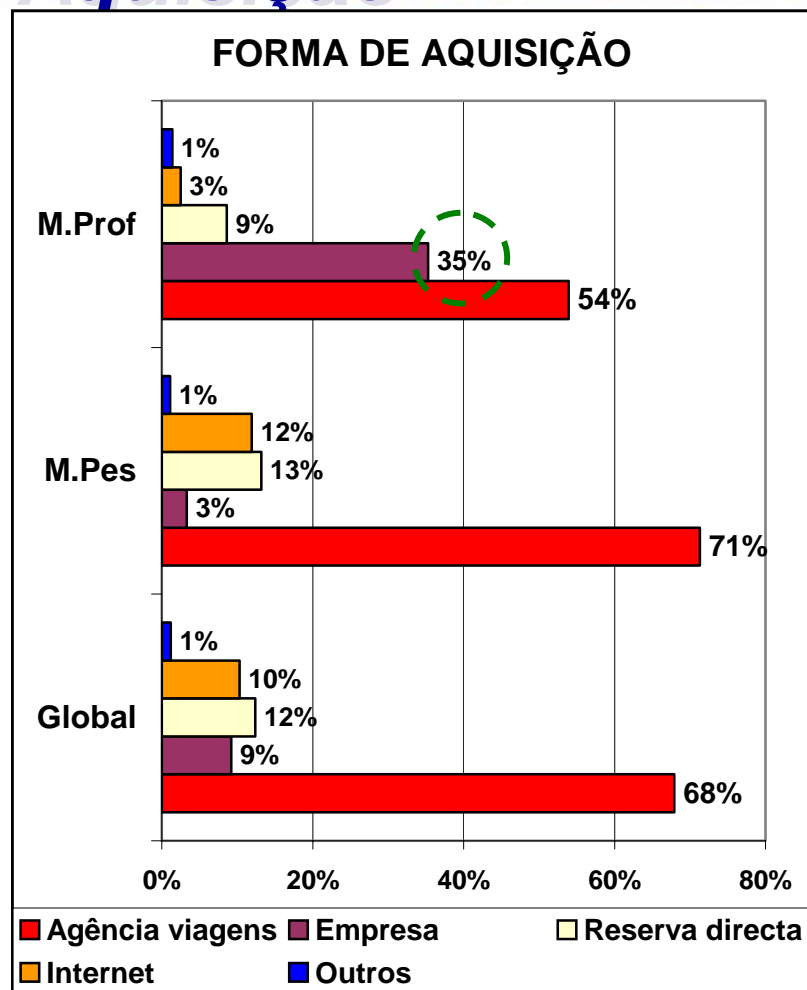


Hábitos de viagem - Destinos das 3 últimas viagens (4)

➤ Da leitura do quadro anterior detecta-se que a escolha de um destino é muitas vezes determinada pela proximidade geográfica, histórica e/ou cultural (linguística), tal como se pode observar nalguns exemplos:

| | PROXIMIDADE GEOGRÁFICA | PROXIMIDADE HISTÓRICA/ CULTURAL | OUTRAS |
|--------------------|--|-------------------------------------|--|
| PORTUGAL | Madeira; Açores Portugal (Algarve; Porto) | Brasil | - |
| REINO UNIDO | UK (Escócia; Irlanda) | E.U.A.; Austrália Malta; Madeira | Espanha; Chipre |
| ALEMANHA | Alemanha Escandinávia | | Canárias; Espanha Portugal; Madeira Grécia |
| HOLANDA | França; Suíça Outros Europa | | |
| FRANÇA | França | Caraíbas/Antilhas Tunísia | |
| SUÉCIA | Escandinávia | | Madeira Espanha; Baleares |

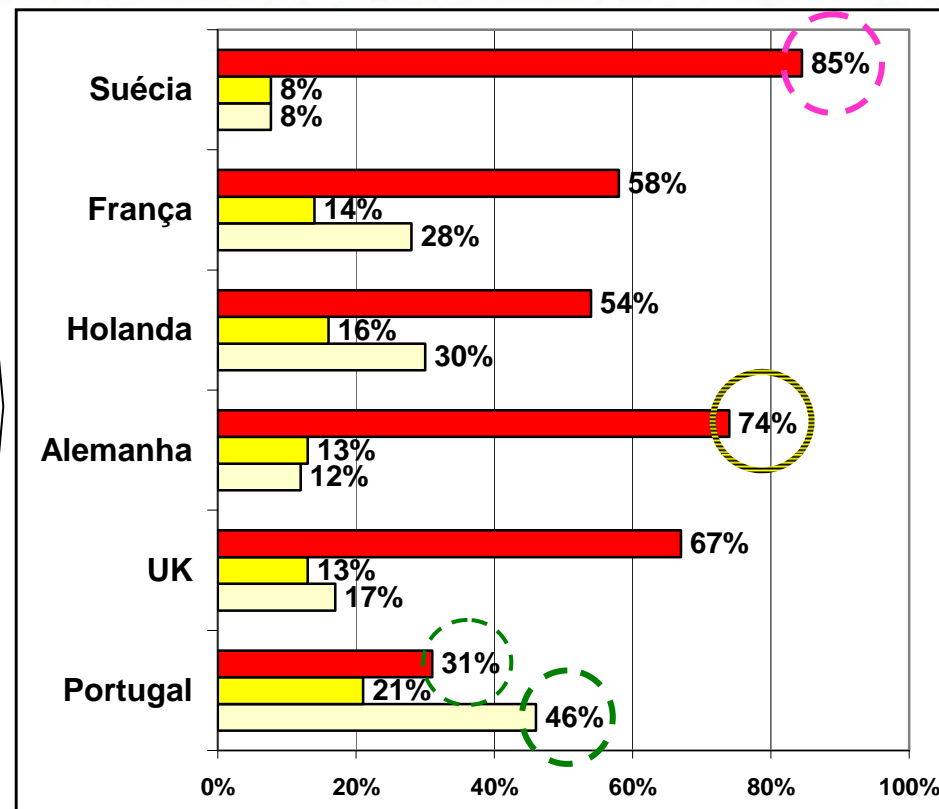
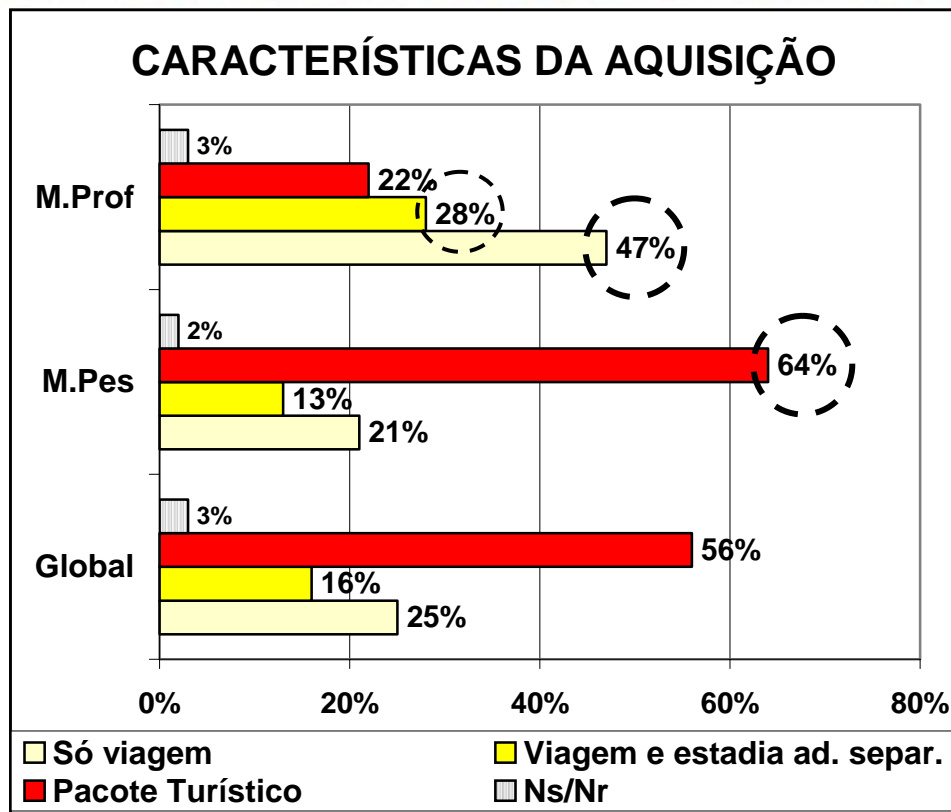
Caracterização da viagem ⁽¹⁾ – Forma de Aquisição



A forma mais usual de aquisição é, indiscutivelmente, através de **agência de viagens**, tendo ainda algum peso a aquisição através da **empresa** entre os indivíduos que viajaram por motivos profissionais.

A **Reserva directa** (não especificada e/ou através da Internet) assume ainda alguma importância entre os que viajaram por motivos pessoais, sobretudo entre os ingleses (31%).

Caracterização da viagem (2)



O motivo da viagem diferencia fortemente as características da aquisição. Assim, os que viajaram por **motivos pessoais** adquiriram sobretudo **Pacote turístico**, principalmente os **suecos** (85%) e os **alemães** (74%). Os **portugueses** tanto adquiriram **Pacote turístico** (41%) como **só a viagem** (43%).

Os que viajaram por **motivos profissionais**, cerca de metade adquiriu só a viagem, um terço adquiriu a viagem e a estadia e um quinto adquiriu Pacote Turístico.

Research reinvented

Caracterização da viagem

A dimensão média dos grupos de viagem para o **total**, por mercado e por tipo de aquisição, é a seguinte:

| Global | Portugal | UK | Alemanha | Holanda | França | Suécia | Não Pac. | Pacote |
|--------|----------|------|----------|---------|--------|--------|----------|--------|
| 2.33 | 2.26 | 2.36 | 2.27 | 2.10 | 2.88 | 2.53 | 2.28 | 2.35 |

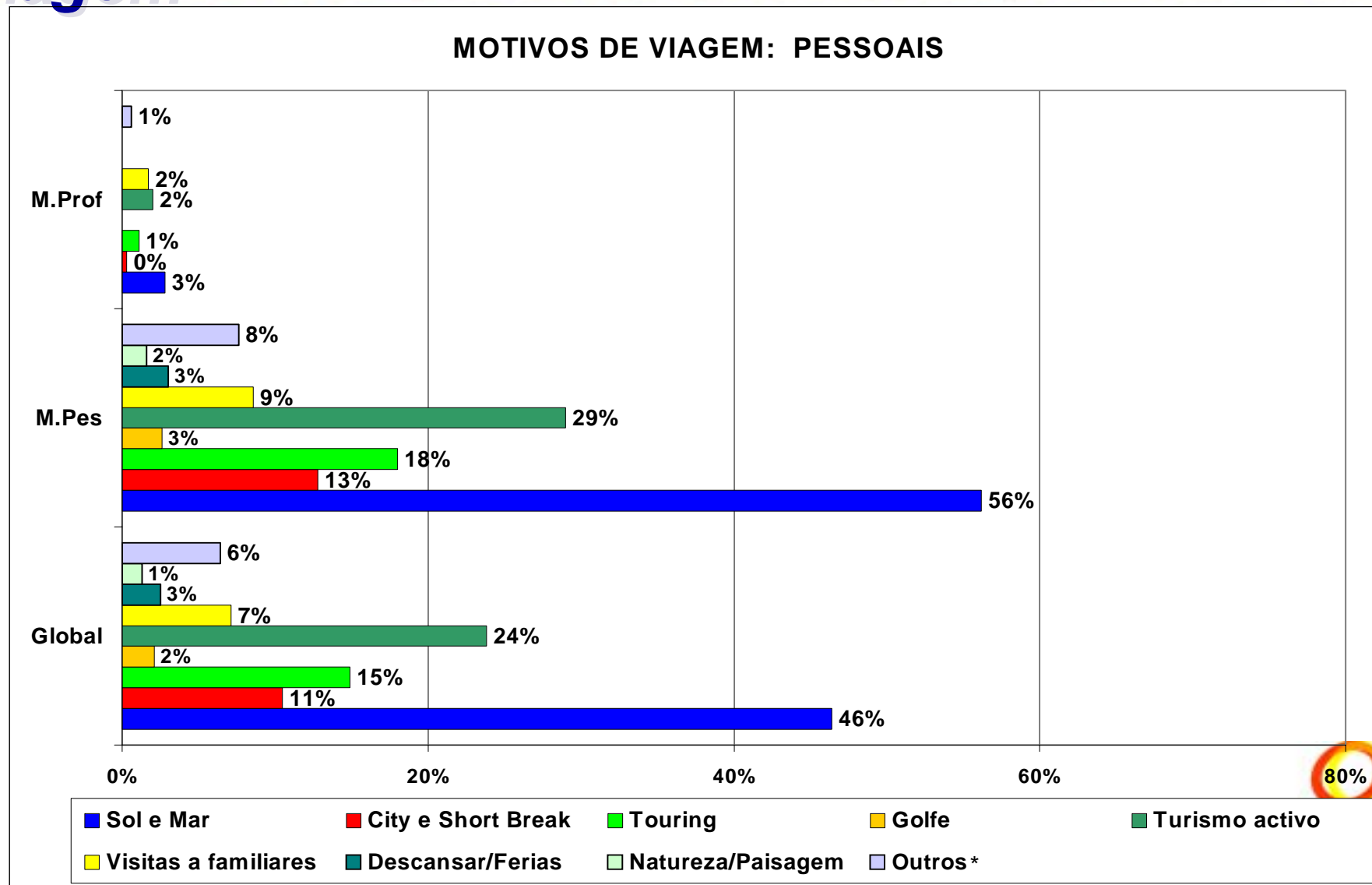
Considerando apenas os indivíduos que **viajaram acompanhados**, a dimensão média dos grupos de viagem, por mercado e por tipo de aquisição, é a seguinte:

| Global | Portugal | UK | Alemanha | Holanda | França | Suécia | Não Pac. | Pacote |
|--------|----------|------|----------|---------|--------|--------|----------|--------|
| 2.66 | 3.04 | 2.50 | 2.46 | 2.31 | 3.04 | 2.63 | 2.87 | 2.53 |

Quanto maior a **diferença** entre as duas médias, maior a incidência de indivíduos que viajaram sozinhos, sendo essa diferença mais acentuada entre os portugueses.

| Global | Portugal | UK | Alemanha | Holanda | França | Suécia | Não Pac. | Pacote |
|--------|-------------|------|----------|---------|--------|--------|----------|--------|
| 0.33 | 0.78 | 0.16 | 0.19 | 0.21 | 0.16 | 0.10 | 0.59 | 0.18 |

Caracterização da viagem ⁽³⁾ – Motivos de Viagem



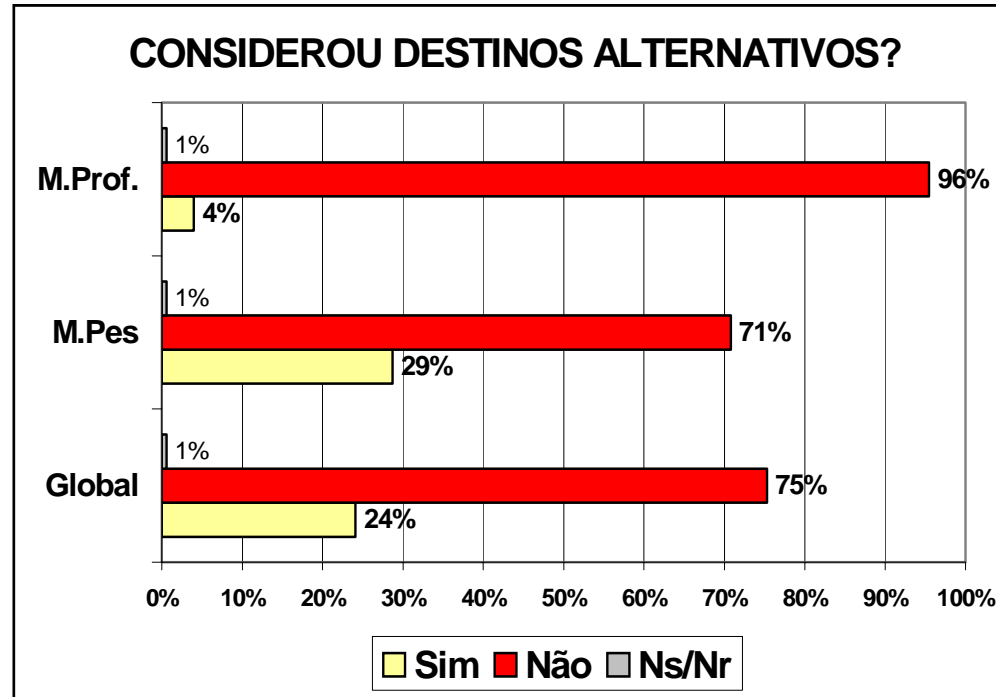
Caracterização da viagem (4)

| MOTIVOS PESSOAIS POR PAÍS | | | | | | | | |
|------------------------------------|---|--------|----------|-----|----------|---------|--------|--------|
| | % | Global | Portugal | UK | Alemanha | Holanda | França | Suécia |
| Sol & Mar | | 56% | 40% | 63% | 63% | 46% | 49% | 54% |
| City & Short Break | | 13% | 11% | 15% | 10% | 25% | 7% | 14% |
| Touring | | 18% | 11% | 20% | 21% | 18% | 16% | 19% |
| Golfe | | 3% | 1% | 2% | 3% | 7% | 1% | 9% |
| Turismo activo | | 29% | 18% | 23% | 41% | 41% | 36% | 44% |
| Visita / Eventos familiares | | 9% | 27% | 4% | 3% | 5% | 11% | - |
| Descansar/Férias | | 3% | 5% | 3% | 2% | - | 1% | 2% |
| Natureza/Flores/Paisagens | | 2% | 1% | 1% | 2% | 5% | - | 8% |
| Outros | | 8% | 8% | 4% | 2% | 4% | 10% | 2% |

Da leitura do quadro anterior resulta evidente que os visitantes provenientes de cada país têm motivações bastante distintas para visitar a Madeira:

- Os **portugueses** vêm sobretudo por motivos **familiares**, comemorações, aniversários, eventos, etc.
- Os **ingleses** procuram acima de tudo o **Sol e Mar**;
- Os **alemães** privilegiam o **Sol e Mar** e o **Turismo activo**;
- Os **holandeses** escolhem também pelo **Turismo activo** e por **City & Short Break**;
- Os **franceses** e os **suecos** vêm igualmente pelo **Turismo Activo**, sendo que os últimos valorizam ainda a **Natureza**

Processo de Decisão (1)

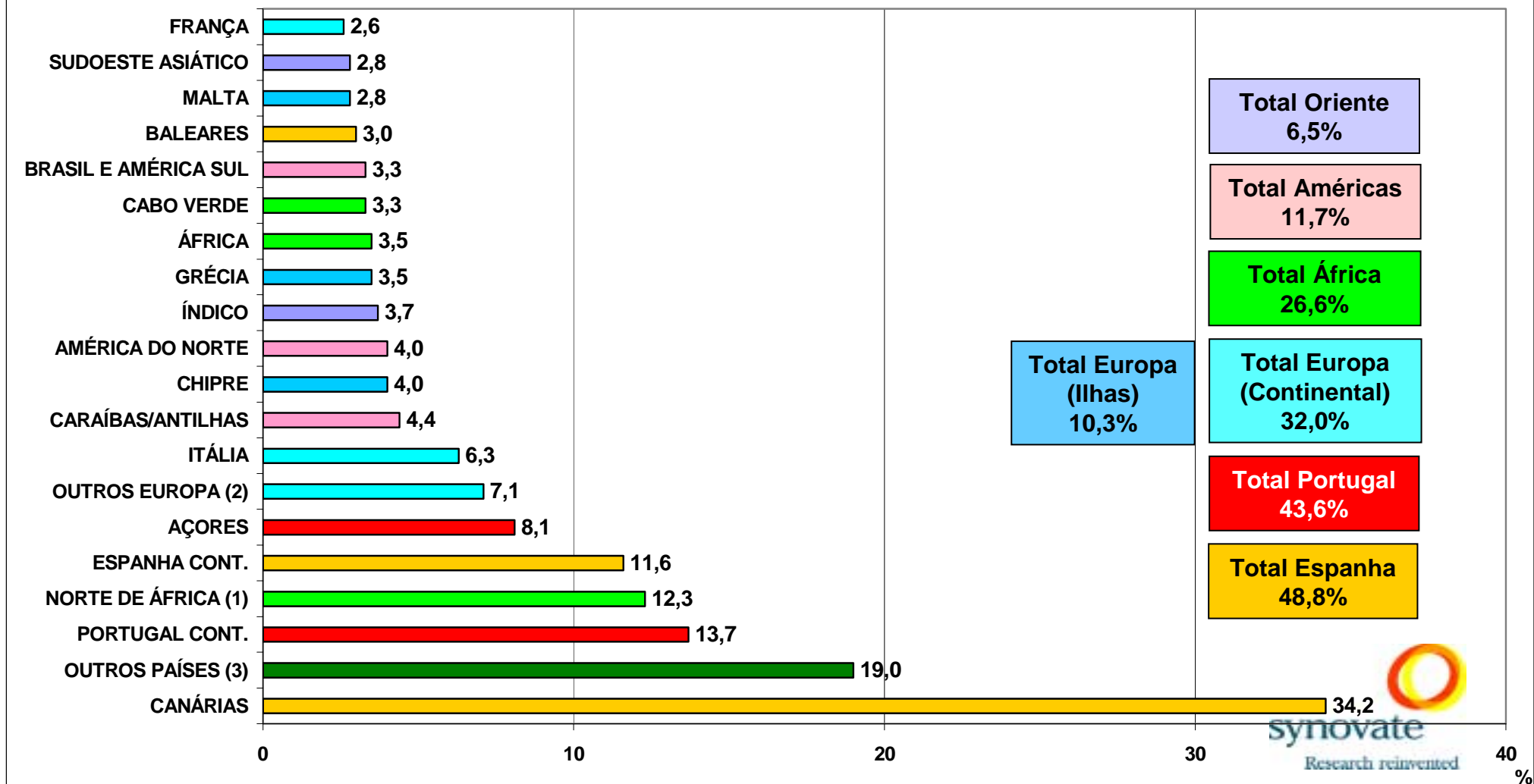


A maior parte dos visitantes não considerou destinos alternativos:

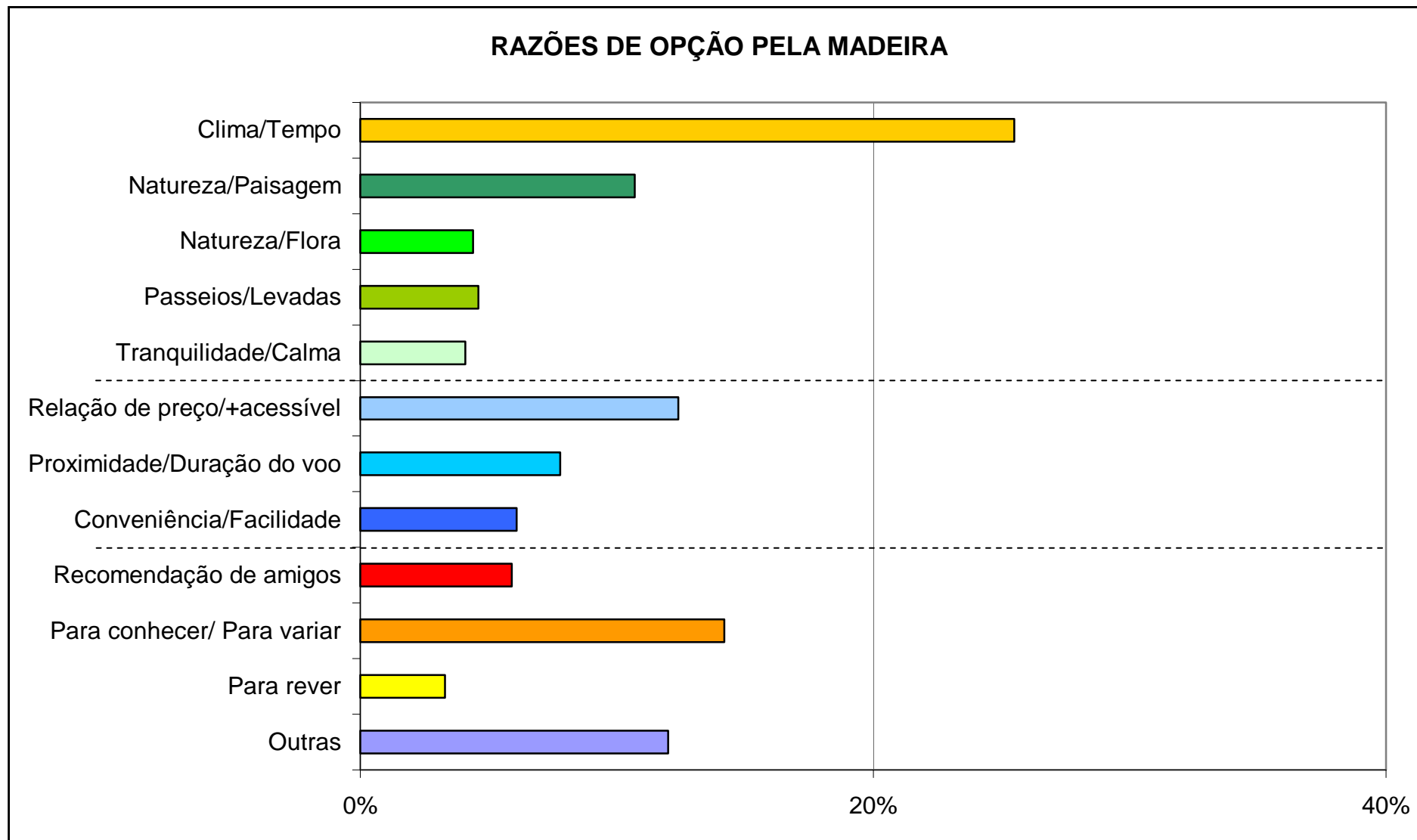
- 7 em cada 10 visitantes por motivos pessoais
- a quase totalidade dos visitantes por motivos profissionais

Processo de Decisão (2) – Destinos Alternativos

DESTINOS CONSIDERADOS



Processo de Decisão ⁽³⁾ – Razões de opção pela Madeira



Base: Global – Consideraram outros destinos (430)

Não apresentamos dados pelos Grupos pela reduzida base do Grupo 2 (14)

Processo de Decisão ⁽⁴⁾ – Razões de opção pela Madeira

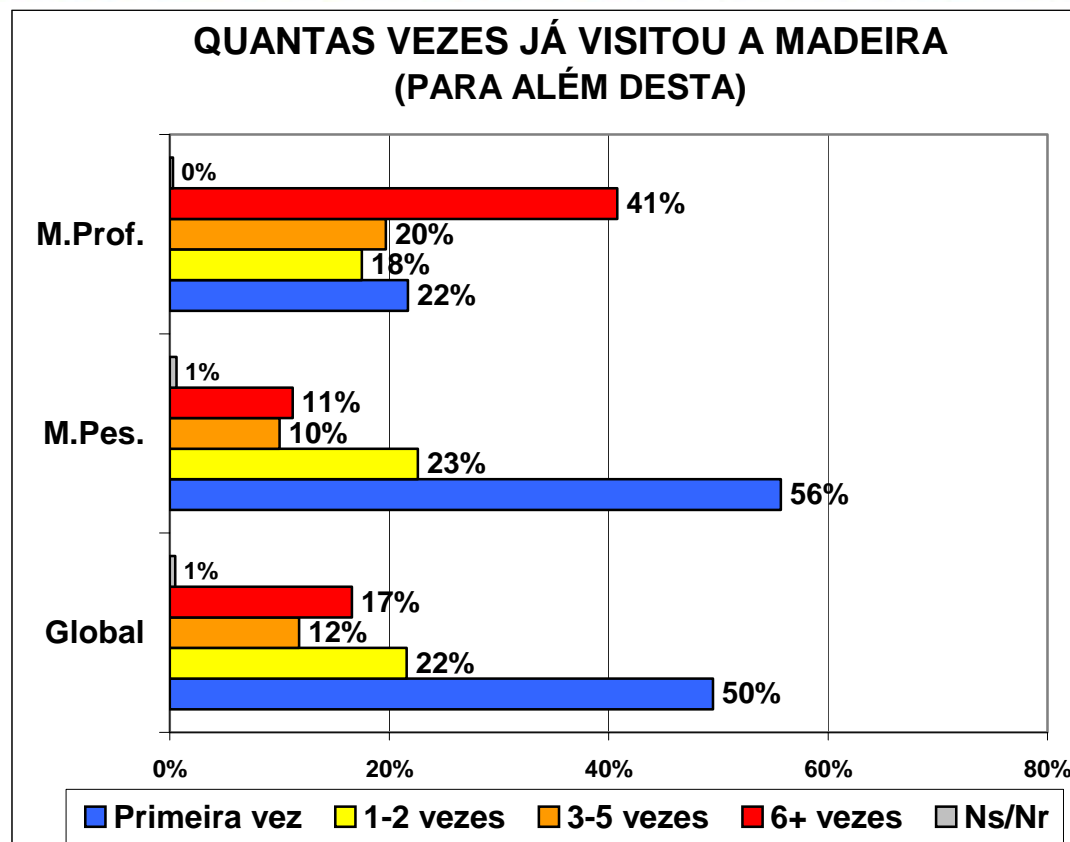
RAZÕES DE OPÇÃO PELA MADEIRA POR PAÍS

| | % | Global | Portugal | UK | Alemanha | Holanda | França | Suécia |
|---|------|--------|----------|------|----------|---------|--------|--------|
| Natureza / Paisagens | 10.7 | 7.1 | 7.7 | 14.5 | 35.7 | 8.8 | 6.5 | |
| Natureza / Flora / Vegetação | 4.4 | - | 5.6 | 3.9 | - | 2.9 | 16.1 | |
| Passeios / Lugares para visitar / Levadas | 4.6 | 1.2 | 3.5 | 7.9 | 7.1 | 5.9 | - | |
| Clima ameno / Bom tempo / Muito sol | 25.5 | 24.7 | 24.5 | 24.3 | 28.6 | 41.2 | 19.4 | |
| Tranquilidade/Calma/Ótimo para relaxar | 4.1 | 2.4 | 5.6 | 4.6 | - | 2.9 | 3.2 | |
| Relação de preço/Mais acessível | 12.4 | 12.9 | 14.0 | 9.9 | 28.6 | 14.7 | 6.5 | |
| Proximidade/Duração do voo | 7.8 | 11.8 | 8.4 | 5.9 | - | 14.7 | - | |
| Conveniência/Facilidade | 6.1 | 3.5 | 11.9 | 2.0 | - | 8.8 | 6.5 | |
| Recomendação de amigos | 5.9 | 4.7 | 8.4 | 4.6 | 14.3 | 2.9 | 3.2 | |
| Para conhecer/Variar | 14.2 | 10.6 | 16.8 | 15.1 | 21.4 | 8.8 | 9.7 | |
| Para rever | 3.3 | 7.1 | 3.5 | 0.7 | - | 2.9 | 6.5 | |
| Outras razões | 12.0 | 12.9 | 9.8 | 16.4 | 14.3 | 2.9 | 6.5 | |

Bases: Consideraram outros destinos (459) (85) (143) (152) (14)* (34)* (31)*

synovate
Research reinvented

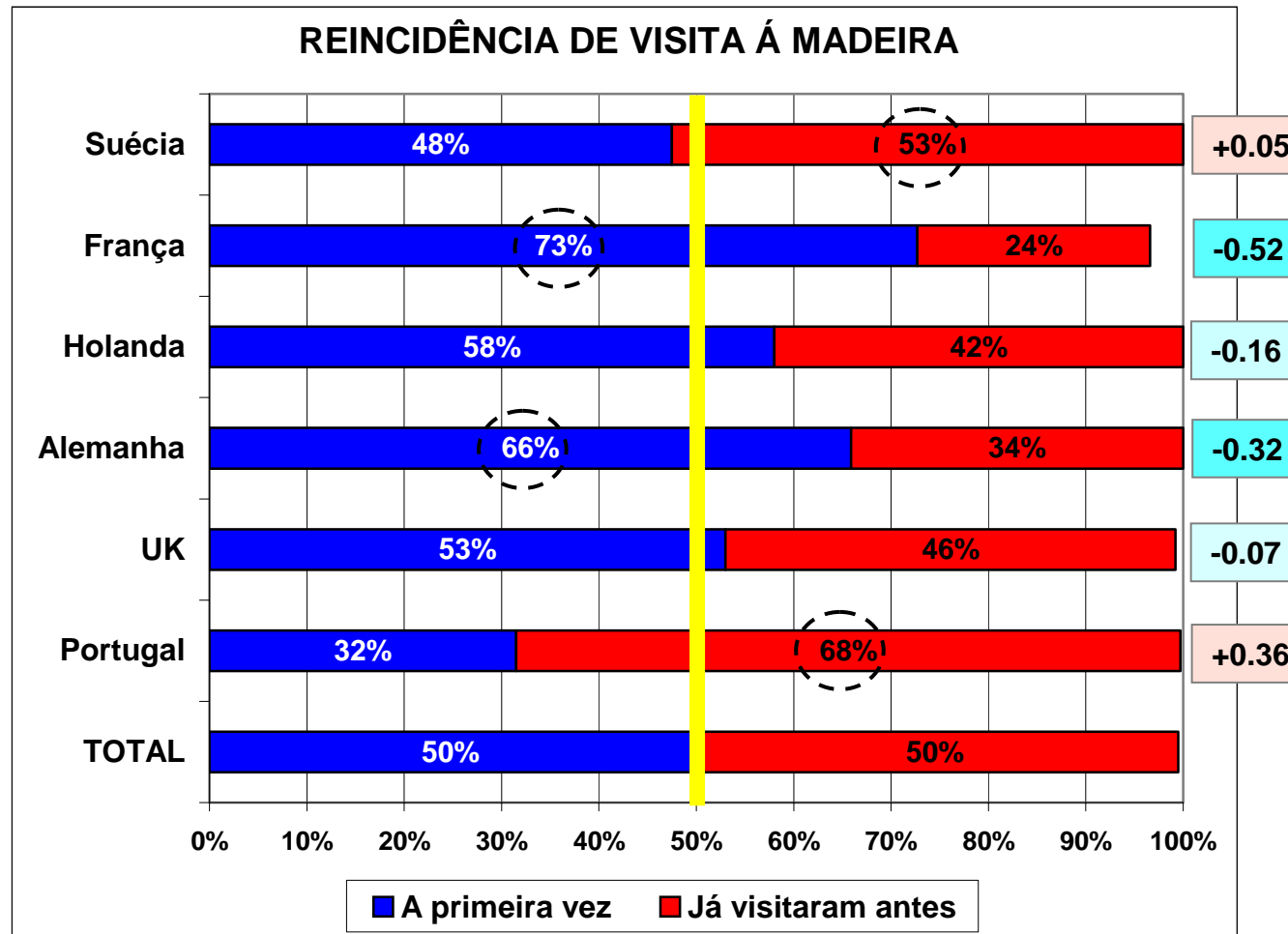
Relação com a Madeira (1)



Observa-se alguma **reincidência de visita** sobretudo entre os que agora se deslocaram à Madeira por **motivos profissionais**.

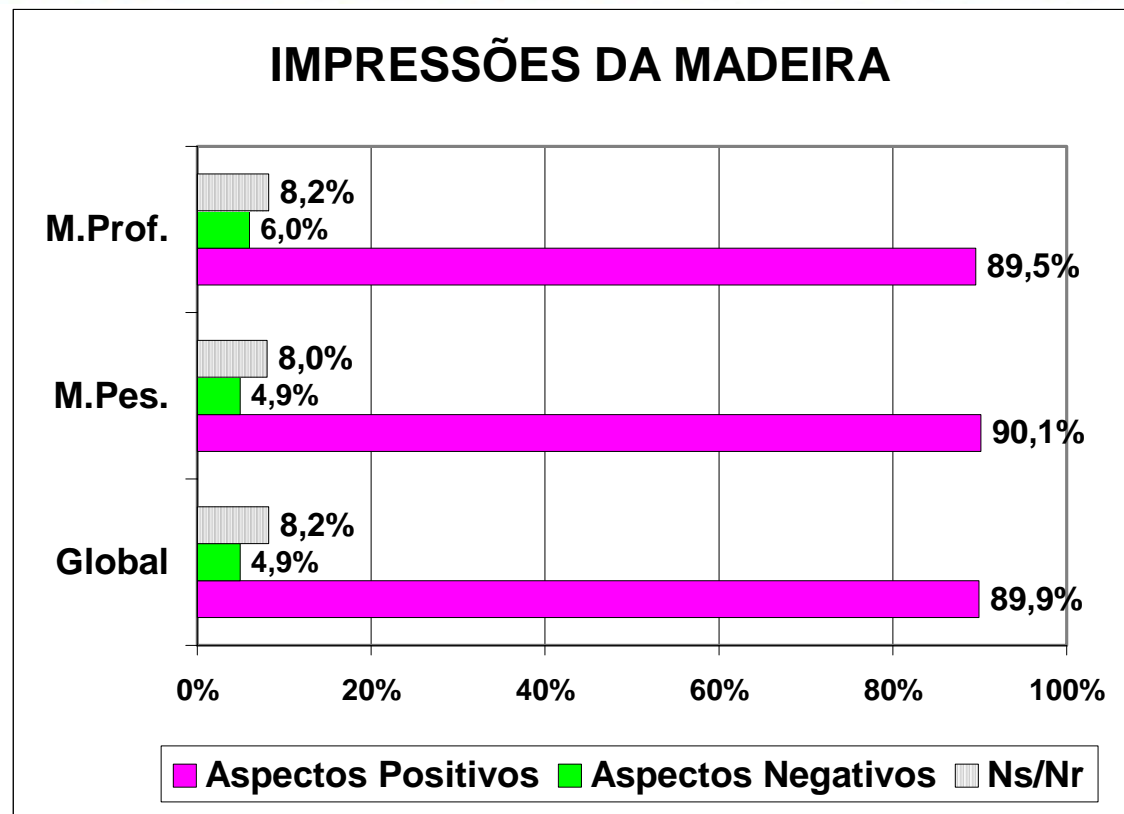
Entre os que agora visitaram a Madeira por **motivos pessoais**, os reincidentes representam pouco menos de metade do total de visitantes.

Relação com a Madeira (2)



Portugal e a **Suécia** são os únicos países que apresentam taxas de reincidência **positivas**. A **Alemanha** e a **França** são os que apresentam taxas de reincidência **mais baixas**.

Impressões Gerais



9 em cada 10 visitantes da ilha da Madeira, quando questionados sobre as suas impressões gerais relativamente á presente estadia, fazem comentários de teor positivo, independentemente do motivo ou do mercado de origem.

Aspectos Positivos (1)

| | % | Global | M. Pes. | M. Prof. |
|--|---|-------------|-------------|-------------|
| Boa impressão / Gostei de tudo | | 8.0 | 7.9 | 8.5 |
| Natureza / Paisagens <i>“Cenário magnífico, grandioso”</i> | | 25.4 | 26.2 | 23.3 |
| Natureza / Flora / Vegetação | | 11.7 | 13.3 | 3.7 |
| Passeios / Lugares para visitar / Levadas | | 10.3 | 12.1 | 1.7 |
| <hr/> | | | | |
| Clima ameno / Bom tempo / Muito sol | | 28.8 | 28.9 | 29.3 |
| Tranquilidade/Calma/Ótimo para relaxar | | 5.5 | 5.7 | 5.4 |
| <hr/> | | | | |
| Hospitalidade das pessoas / dos residentes | | 24.2 | 23.5 | 28.1 |
| Qualidade de serviços / Atendimento / Hotel | | 8.6 | 9.5 | 5.1 |
| <hr/> | | | | |
| Limpeza e organização | | 5.2 | 4.7 | 7.4 |
| Segurança | | 2.1 | 2.3 | 1.4 |
| Gastronomia / Boa comida | | 7.3 | 7.5 | 7.1 |
| Desenvolvimento / Infraestruturas / Acessos | | 2.6 | 2.2 | 4.8 |
| <hr/> | | | | |
| Iluminações de Natal | | 6.7 | 7.2 | 4.5 |
| Outras respostas <i>“O mar”; “A cidade”</i> | | 7.5 | 7.5 | 7.4 |

Aspectos Positivos (2)

| | % | Global | Portugal | UK | Alemanha | Holanda | França | Suécia |
|--|------|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|------------|
| Boa impressão / Gostei de tudo | | 8.0 | 12.1 | 7.4 | 4.9 | 2.0 | 1.1 | 7.9 |
| Natureza / Paisagens <i>"Cenário magnífico, grandioso"</i> | 25.4 | 26.8 | 19.8 | 31.6 | 18.0 | 28.4 | 28.7 | |
| Natureza / Flora / Vegetação | 11.7 | 4.8 | 13.9 | 15.6 | - | 36.4 | 7.9 | |
| Passeios / Lugares para visitar / Levadas | 10.3 | <u>1.1</u> | 14.6 | 13.4 | 24.0 | 10.2 | 20.8 | |
| Clima ameno / Bom tempo / Muito sol | 28.8 | 29.4 | 33.4 | 19.5 | 44.0 | 25.0 | 29.7 | |
| Tranquilidade/Calma/Ótimo para relaxar | 5.5 | 6.1 | 7.3 | 3.6 | 4.0 | 4.5 | - | |
| Hospitalidade das pessoas / dos residentes | 24.2 | 25.2 | 30.1 | 15.3 | 32.0 | 25.0 | 13.9 | |
| Qualidade de serviços / Atendimento / Hotel | 8.6 | 4.7 | 12.3 | 9.2 | 16.0 | 9.1 | 3.0 | |
| Limpeza e organização | 5.2 | 8.4 | 5.2 | 2.7 | 4.0 | - | - | |
| Segurança | 2.1 | 2.6 | 3.2 | 0.2 | - | 1.1 | 1.0 | |
| Gastronomia / Boa comida | 7.3 | 5.8 | 10.3 | 3.2 | 10.0 | 13.6 | 7.9 | |
| Desenvolvimento / Infraestruturas / Acessos | 2.6 | 5.6 | 1.1 | 1.9 | - | - | - | |
| Iluminações de Natal | 6.7 | 6.5 | 9.3 | 4.4 | 6.0 | 3.4 | 5.0 | |
| Outras respostas <i>"O mar"; "A cidade"</i> | 7.5 | 9.8 | 4.2 | 10.5 | 8.0 | 4.5 | 5.0 | |

Bases: (1902) (620) (632) (411) (50) (88) (101)

Aspectos Negativos (1)

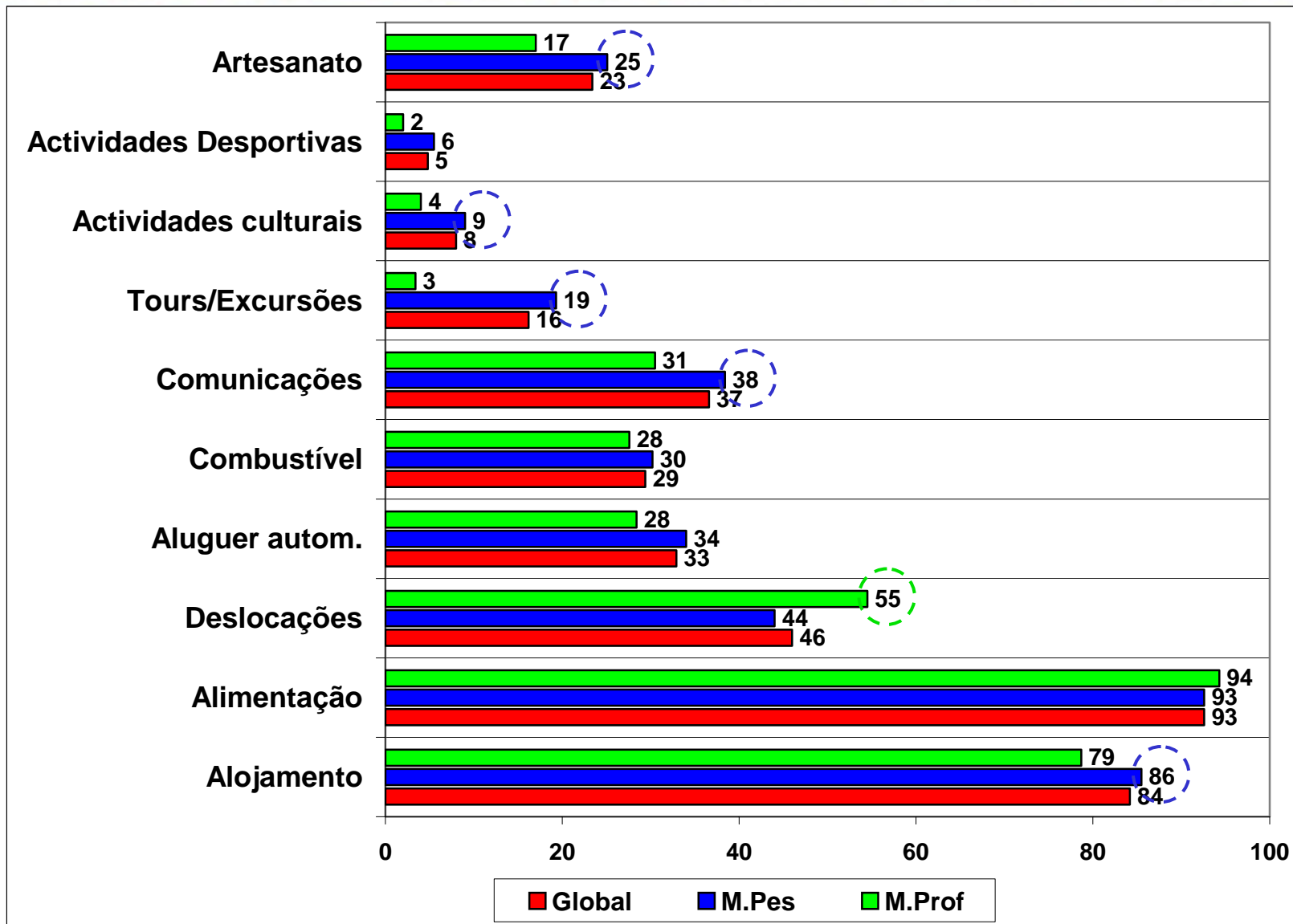
| | % | Global | M. Pes. | M. Prof. |
|--|---|-------------|-------------|-------------|
| Nada / Nenhum aspecto negativo / Gostei de tudo | | 48.4 | 47.1 | 53.8 |
| Em determinadas zonas, demasiada construção / Prédios / Desordenamento | | 8.9 | 9.9 | 5.1 |
| Demasiado barulho / A cidade está barulhenta | | 2.4 | 2.5 | 1.7 |
| Poluição | | 2.6 | 2.9 | 1.1 |
| Trânsito / Demasiados carros / Mau estacionamento | | 11.1 | 11.1 | 11.6 |
| Estradas / Maus acessos | | 4.0 | 4.5 | 2.6 |
| Nalguns sectores, falta de civismo / Falta de educação | | 3.6 | 3.5 | 4.3 |
| Alguns serviços de atendimento | | 3.0 | 3.2 | 2.3 |
| Preços muito elevados / Custo de vida | | 6.2 | 5.1 | 10.8 |
| Gastronomia pouco variada (hotéis e geral) | | 4.2 | 4.5 | 2.6 |
| Poucas actividades nocturnas | | 1.6 | 1.7 | 1.1 |
| Vendedores de time-sharing | | 2.2 | 2.5 | 0.3 |
| Outras respostas "Falta de policiamento" | | 10.3 | 10.4 | 8.8 |

Aspectos Negativos (2)

| | % | Global | Portugal | UK | Alemanha | Holanda | França | Suécia |
|--|------|--------|----------|------|----------|---------|--------|--------|
| Nada / Nenhum / Gostei de tudo | | 48.4 | 48.2 | 50.0 | 42.1 | 44.0 | 58.0 | 59.4 |
| Em determinadas zonas, demasiada construção / Prédios / Desordenamento | 8.9 | 6.9 | 10.1 | 11.2 | 8.0 | 8.0 | 5.9 | |
| Demasiado barulho / A cidade está barulhenta | 2.4 | 1.8 | 3.3 | 1.9 | 6.0 | 1.1 | 1.0 | |
| Poluição | 2.6 | 1.1 | 2.5 | 4.9 | - | - | 5.9 | |
| Trânsito / Demasiados carros / Mau estacionamento | 11.1 | 13.7 | 10.0 | 8.5 | 16.0 | 8.0 | 13.9 | |
| Estradas / Maus acessos | 4.0 | 4.0 | 3.3 | 4.6 | 8.0 | 4.5 | 4.0 | |
| Nalguns sectores, falta de civismo / Falta de educação | 3.6 | 4.0 | 3.0 | 3.4 | 8.0 | 2.3 | 4.0 | |
| Alguns serviços de atendimento | 3.0 | 1.5 | 5.7 | 1.9 | 2.0 | 3.4 | - | |
| Preços muito elevados / Custo de vida | 6.2 | 10.6 | 3.0 | 5.4 | 2.0 | 3.4 | 6.9 | |
| Gastronomia pouco variada (hoteis e geral) | 4.2 | 3.9 | 4.1 | 6.1 | 4.0 | 1.1 | 2.0 | |
| Poucas actividades nocturnas | 1.6 | 1.5 | 2.1 | 0.5 | - | 4.5 | 2.0 | |
| Vendedores de time-sharing | 2.2 | 0.2 | 6.0 | - | 2.0 | - | 1.0 | |
| Outras respostas "Falta de policiamento"; "Discriminação de turistas"; | 10.3 | 12.8 | 5.9 | 19.4 | 14.0 | 14.8 | 4.0 | |

Bases: (1902) (620) (632) (411) (50) (88) (101)

Áreas em que efectuou despesa ⁽¹⁾ – Geral / Por



Áreas em que efectuou despesa (2) - Geral / Por

Mercado

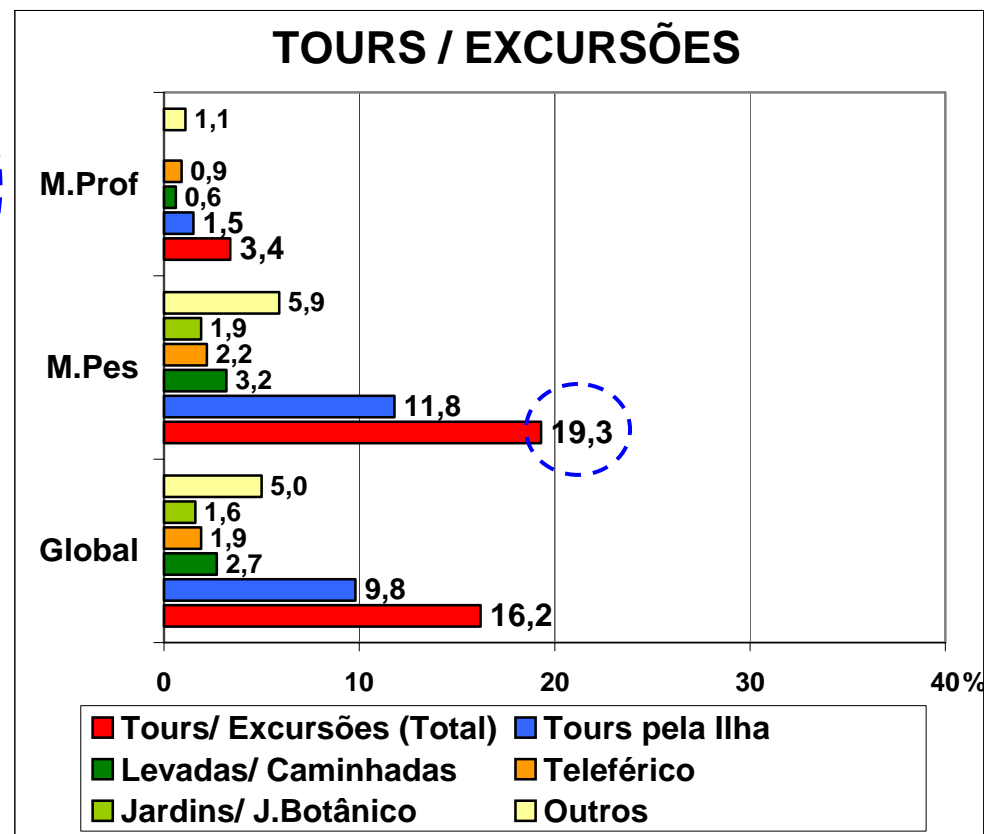
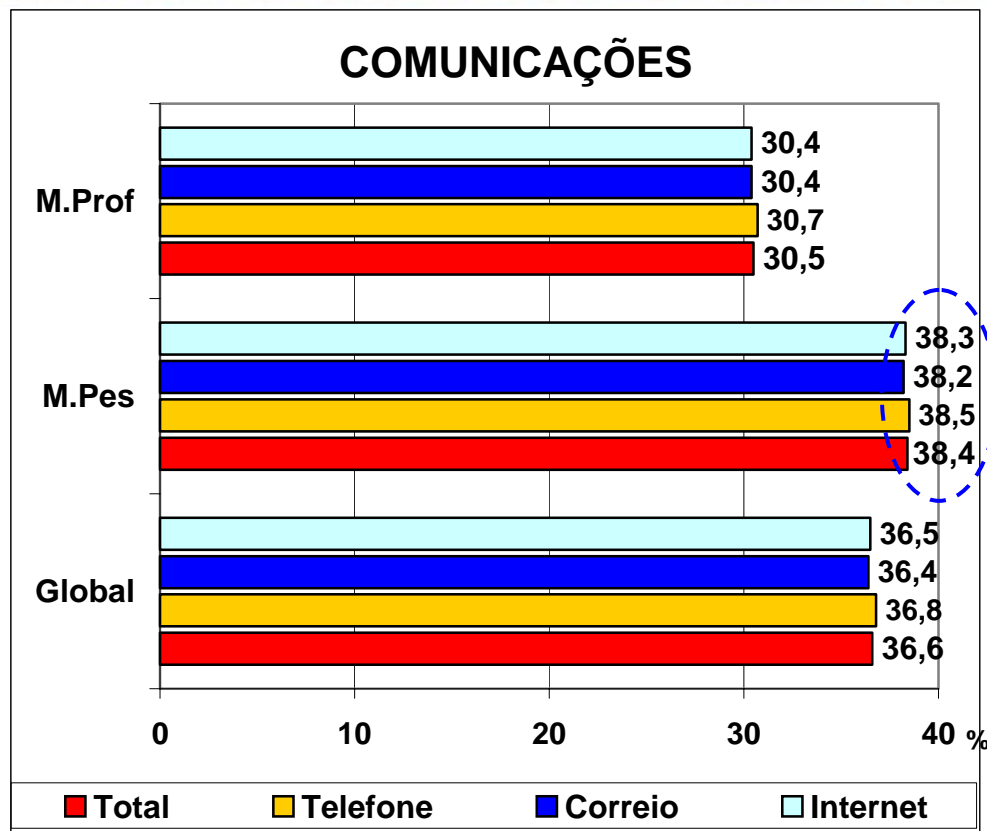
| ÁREAS DE DESPESA (%) | Global | Portugal | UK | Alemanha | Holanda | França | Suécia |
|---------------------------------|--------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Alojamento | 84,2 | <u>73,4</u> | 89,7 | 95,1 | 88,0 | 81,8 | 71,3 |
| Alimentacao | 92,6 | 95,6 | 92,4 | 94,6 | 90,0 | <u>86,4</u> | <u>74,3</u> |
| Deslocações | 46,0 | 53,9 | 47,9 | <u>35,8</u> | <u>36,0</u> | <u>34,1</u> | 41,6 |
| Comunicações | 36,6 | 33,5 | 33,9 | 44,3 | 60,0 | 34,1 | 34,7 |
| Aluguer Automóvel | 32,9 | 32,3 | <u>23,7</u> | 45,0 | 52,0 | 46,6 | <u>22,8</u> |
| Combustível | 29,4 | 31,1 | <u>19,5</u> | 41,1 | 48,0 | 40,9 | <u>14,9</u> |
| Artesanato/Comércio | 23,4 | 26,9 | 20,3 | 25,8 | 34,0 | 20,5 | <u>9,9</u> |
| Tours/excursões | 16,2 | <u>7,7</u> | 20,9 | 24,8 | <u>10,0</u> | <u>9,1</u> | 13,9 |
| Actividades culturais | 8,0 | 8,7 | 8,9 | <u>4,1</u> | 12,0 | 15,9 | <u>5,0</u> |
| Actividades desportivas | 4,8 | <u>2,3</u> | 4,3 | 9,0 | 12,0 | <u>2,3</u> | 5,0 |
| Outras despesas | 4,9 | <u>2,4</u> | 5,4 | 8,8 | 8,0 | <u>1,1</u> | 4,0 |
| Ns/Nr | 3,4 | 1,5 | 4,6 | 1,2 | 8,0 | 4,5 | 13,9 |
| <i>Média de áreas referidas</i> | 3.8 | 3.7 | 3.7 | 4.3 | 4.6 | 3.8 | 3.1 |

1. Áreas em que efectuou despesa ⁽³⁾ - Geral / Por Tipo de

Aquisição

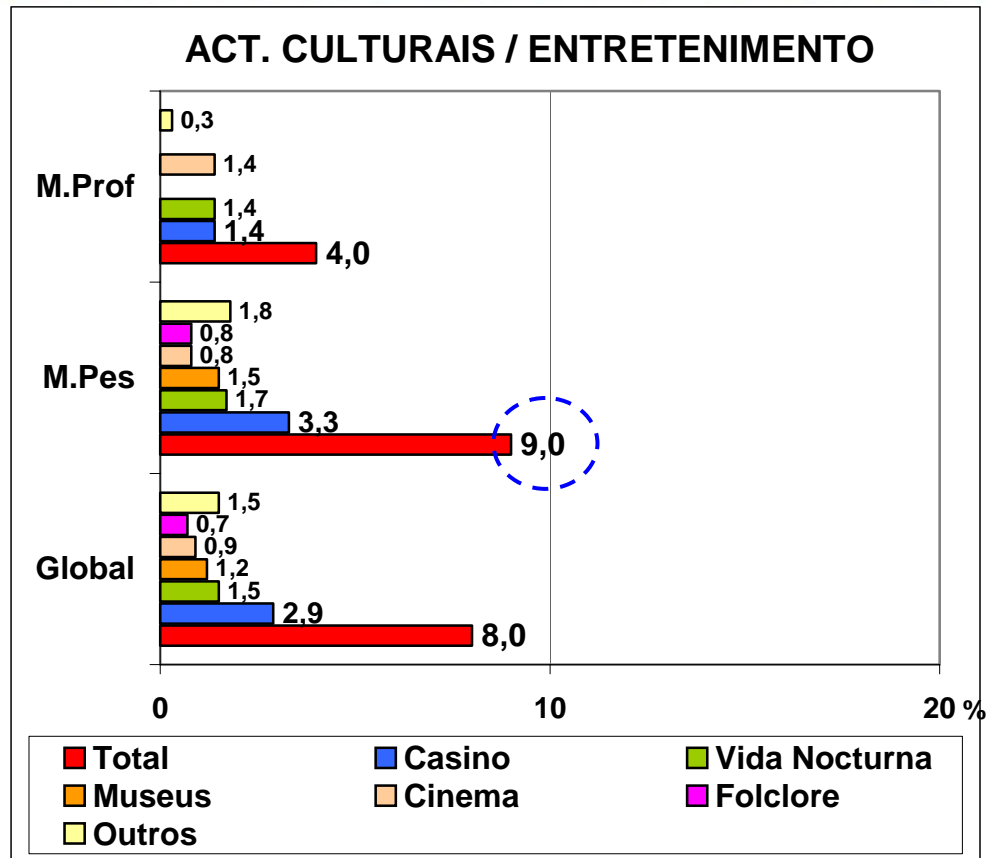
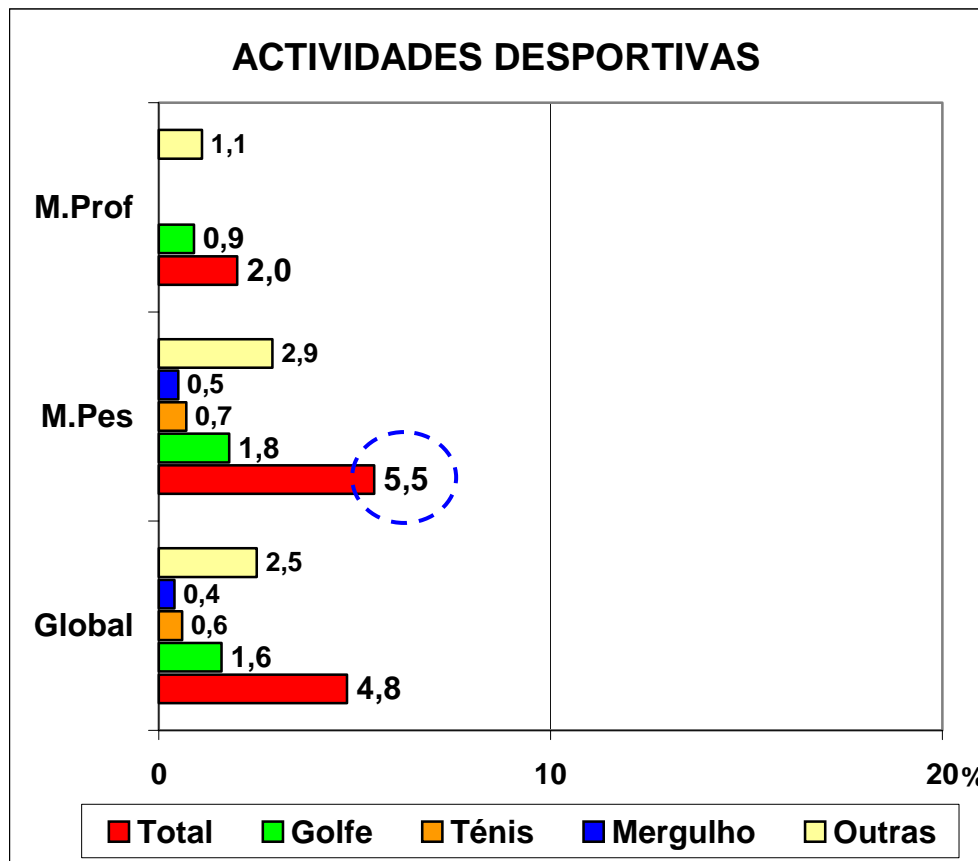
| ÁREAS DE DESPESA (%) | Global | Não Pacote | Pacote |
|---------------------------------|--------|-------------|-------------|
| Alojamento | 84,2 | 73,8 | 92,4 |
| Alimentacao | 92,6 | 92,4 | 92,9 |
| Deslocações | 46,0 | 51,1 | 41,7 |
| Comunicações | 36,6 | 36,4 | 37,1 |
| Aluguer Automóvel | 32,9 | 25,1 | 38,9 |
| Combustível | 29,4 | 23,5 | 34,1 |
| Artesanato/Comércio | 23,4 | 24,6 | 22,7 |
| Tours/excursões | 16,2 | 12,4 | 19,3 |
| Actividades culturais | 8,0 | 9,3 | 7,0 |
| Actividades desportivas | 4,8 | 3,9 | 5,5 |
| Outras despesas | 4,9 | 4,9 | 5,1 |
| Ns/Nr | 3,4 | 3,4 | 3,5 |
| <i>Média de áreas referidas</i> | 3,8 | 3,6 | 4,0 |

Áreas em que efectuou despesa (1) - Específica / Por área



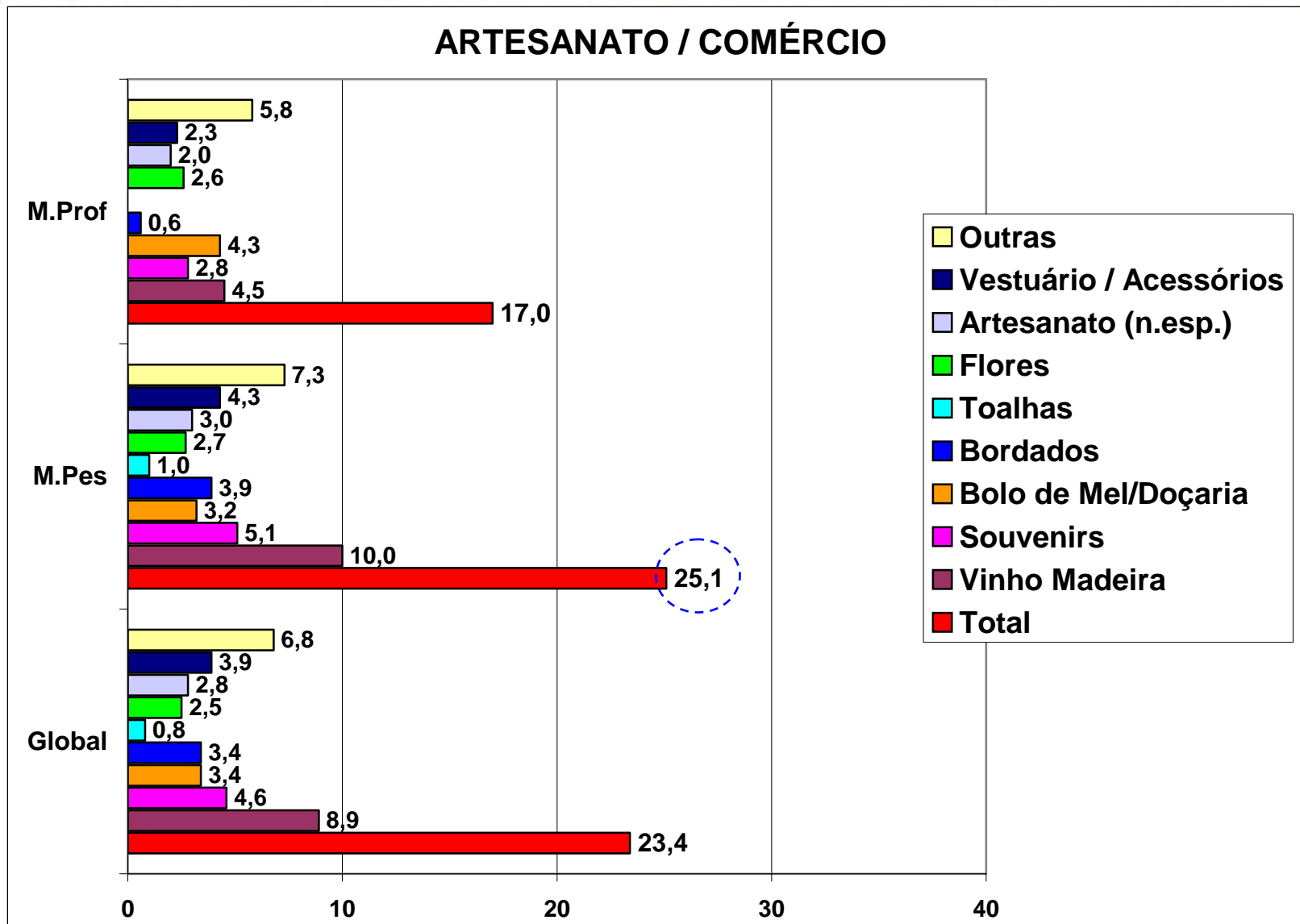
Áreas em que efectuou despesa (2) - Específica / Por

área



Áreas em que efectuou despesa (3) - Específica / Por

área



Gastos ⁽¹⁾ – Parâmetros de cálculo

- No cálculo da estimativa dos gastos turísticos foram considerados os seguintes parâmetros:
- ✓ **Base de cálculo das médias:** os indivíduos que especificam um valor nas áreas em que afirmam terem efectuado despesa;
 - ✓ **Cálculo das Médias:** valor médio dos intervalos de gastos considerados:
 - Até 5 € = 3,5
 - 5 a 15 € = 10
 - 15 a 25€ = 20
 - 25 a 50 € = 37,5
 - 50 a 100 € = 75
 - 100 a 150 € = 125
 - 150 a 250 € = 200
 - 250 a 350 € = 300
 - 350 a 500 € = 425
 - 500 a 750 € = 625
 - 750 a 1000 € = 875
 - 1000 a 1500 € = 1250
 - Mais de 1500 € = 2250 (valor máximo 3.000 €)

Gastos (2) – Parâmetros de Cálculo

- ✓ **Bases de extrapolação:** aplicou-se ao total de turistas provenientes dos 6 mercados (*Estatísticas do Turismo 2002*), para cada área de despesa, a percentagem identificada no presente estudo.

Dado que os dados disponíveis referem ao total de turistas hospedados em unidades hoteleiras, adicionámos a cada total, a percentagem de indivíduos que no presente estudo afirmam ter ficado hospedados em **Casas particulares** (*própria ou de familiares/amigos*) e daqueles que efectuaram uma **viagem de ida e volta no mesmo dia = 14,3%**.

Para o cálculo das bases de extrapolação para os segmentos “Características da Aquisição” aplicámos aos totais as percentagens identificadas no presente estudo.

Assim, os totais são os seguintes:

- **Mensal**, total de turistas provenientes dos 6 mercados em período homólogo
 - **Total:** 53.849 indivíduos (47.112+6.737)
 - **Não pacote (43,7%):** 23.532 indivíduos
 - **Pacote (56,3%):** 30.317 indivíduos
- **Anual**, total de turistas provenientes dos 6 mercados em 2002 = 754.651 indivíduos (660.237+94.414)
 - **Total:** 754.651 indivíduos (660.237+94.414)
 - **Não pacote (43,7%):** 329.782 indivíduos
 - **Pacote (56,3%):** 424.869 indivíduos

Gastos (3) - Parâmetros de Cálculo

- ✓ **Ponderadores:** para as áreas em que se solicitava a indicação de um valor por pessoa/por dia, as médias foram ponderadas por:
 - **duração média da estadia**, para cada segmento:
 - Global = 8.2
 - Não Pacote = 7.5
 - Pacote = 8.6
 - **dimensão média do grupo**, para cada segmento:
 - Global = 2.33
 - Não Pacote = 2.21
 - Pacote = 2.58
 - **áreas de despesa**, que integram mais do que um item, o gasto foi ponderado pelo nº médio de itens referidos, ou calculado separadamente para itens de unidade de sentido:
 - **Tours/Excursões:** calculou-se, separadamente, os gastos por **Tours** (pela ilha e específicos) e **Total Outros itens** (Visitas a Jardins; Teleférico; Levadas e Caminhadas; Outros n/ esp.) e apresentamos o somatório dos dois gastos;
 - **Artesanato/Comércio:** calculou-se e apresenta-se separadamente, os gastos em **Comércio** (Vestuário e Acessórios; Jóias; Compras (n/esp.); Diversos) e os gastos em **Artesanato** (Artesanato (n/esp.); Bolo de Mel/Doçaria; Vinho do Porto; Souvenirs; Bordados; Toalhas Bordadas; Flores)
 - **Actividades culturais** = 1.09
 - **Actividades desportivas** = 1.06

Gastos (4) – Gasto Médio / Por área

| GASTO MÉDIO (€) | GLOBAL | | Não Pacote | | Pacote | | Ponderadores |
|-------------------------|------------------------|-------------------------|---------------------------|----------------------------|---------------------------|----------------------------|--|
| | Média diária/ grupo | Média diária/ pessoa | Média diária/ grupo | Média diária/ pessoa | Média diária/ grupo | Média diária/ pessoa | |
| Alojamento | 85,9 € | 36,9 € | 70,2 € | 30,8 € | 116,2 € | 49,4 € | Duração média; Dimensão do grupo |
| Alimentação | 37,1 € | 15,9 € | 35,5 € | 15,6 € | 39,2 € | 16,7 € | Duração média; Dimensão do grupo |
| Deslocações | 18,2 € | 7,8 € | 21,6 € | 9,5 € | 14,9 € | 6,3 € | Duração média; Dimensão do grupo |
| Aluguer Automóvel | 42,2 € | | 42,6 € | | 42,3 € | | Média dias de aluguer; Unidade |
| Combustível | 17,5 € | | 14,9 € | | 18,8 € | | Média dias de aluguer; Unidade |
| Telefone | 14,7 € | | 13,4 € | | 16,3 € | | Unidade |
| Internet | 9,0 € | | 9,2 € | | 7,7 € | | Unidade |
| Correio | 7,6 € | | 8,0 € | | 7,5 € | | Unidade |
| Tours / Excursões (*) | 91,1 € | 39,1 € | 98,7 € | 43,3 € | 86,2 € | 36,7 € | Unidade; Dimensão do grupo |
| Actividades culturais | 29,2 € | 12,5 € | 32,0 € | 14,1 € | 25,6 € | 10,9 € | Unidade; Dimensão do grupo; Média de itens |
| Actividades desportivas | 62,6 € | 26,9 € | 54,6 € | 23,4 € | 66,9 € | 28,7 € | Unidade; Dimensão do grupo; Média de itens |
| Artesanato | 54,3 € | | 58,4 € | | 51,5 € | | Duração média; Dimensão do grupo |
| Comércio | 54,3 € | | 51,5 € | | 63,1 € | | Artigo; Unidade; |

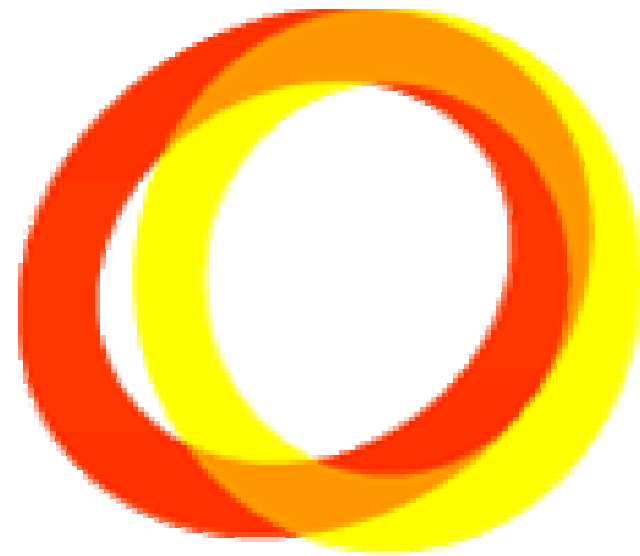
(*) Tours (Pela ilha e Específicos) + Total Outros (Teleférico; Jardins; Levadas; Outros)

“Um turista gasta em média por dia...”

| GASTO DIÁRIO | GLOBAL | NÃO PACOTE | PACOTE | Ponderadores |
|-------------------------|---------------|-------------------|----------------|-------------------------------------|
| Alojamento | 36,9 € | 30,8 € | 49,4 € | - |
| Alimentação | 15,9 € | 15,6 € | 16,7 € | - |
| Deslocações | 7,8 € | 9,5 € | 6,3 € | - |
| Aluguer Automóvel | 2,2 € | 2,2 € | 2,2 € | Duração média; Dimensão do grupo |
| Combustível | 0,9 € | 0,8 € | 1,0 € | Duração média; Dimensão do grupo |
| Telefone | 1,8 € | 1,6 € | 2,0 € | Duração média; |
| Internet | 1,1 € | 1,1 € | 0,9 € | Duração média; |
| Correio | 0,9 € | 1,0 € | 0,9 € | Duração média; |
| Tours / Excursões (*) | 4,8 € | 5,3 € | 4,5 € | Duração média; |
| Actividades culturais | 1,5 € | 1,6 € | 1,2 € | Duração média; |
| Actividades desportivas | 3,3 € | 2,9 € | 3,6 € | Duração média; |
| Artesanato | 6,6 € | 7,1 € | 6,7 € | Duração média; |
| Comércio | 6,6 € | 6,3 € | 7,7 € | Duração média; |
| ESTIMATIVA | 90,3 € | 85,8 € | 103,1 € | |

Gastos – Gasto Total Anual / Por área

| GASTO TOTAL ANUAL | GLOBAL | Não Pacote | Pacote |
|---------------------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|
| Alojamento (84,2%) | 192.024.940 € | 56.193.439 € | 166.941.086 € |
| Alimentação (92,6%) | 91.166.998 € | 35.604.012 € | 56.381.783 € |
| Deslocações (46,0%) | 22.234.804 € | 11.995.881 € | 9.654.191 € |
| Aluguer Automóvel (32,9%) | 47.181.924 € | 15.853.145 € | 31.459.878 € |
| Combustível (32,9%) | 19.518.546 € | 5.542.641 € | 13.967.293 € |
| Telefone (36,8%) | 4.079.583 € | 1.606.146 € | 2.572.460 € |
| Internet (36,5%) | 2.468.011 € | 1.103.083 € | 1.207.034 € |
| Correio (36,4%) | 2.087.667 € | 949.081 € | 1.164.773 € |
| Tours / Excursões* (21,1%) | 3.110.859 € | 1.161.682 € | 1.953.415 € |
| Actividades culturais (8,9%) | 755.493 € | 430.778 € | 324.726 € |
| Actividades desportivas (4,8%) | 973.923 € | 301.335 € | 670.805 € |
| Artesanato (31,6%) | 12.941.751 € | 6.330.884 € | 6.870.549 € |
| Comércio (10,6%) | 4.342.820 € | 2.381.310 € | 2.094.865 € |
| Base de extrapolação: | 754.651 | 329.782 | 424.869 |
| ESTIMATIVA | 402.887.319,0 € | 139.453.417,0 € | 295.262.858,0 € |



synovate

Research reinvented