

PORTIMÃO

Perfil do Turista

VERÃO 2008

Síntese de resultados provisórios



Centro Internacional de Investigação em Turismo
International Center of Tourism Research



Portimão



Mensagem

A aposta está ganha! Portimão é hoje o grande destino turístico que sempre mereceu ser e abre os seus braços, acolhendo, de forma calorosa e profissional, os muitos milhares de visitantes nacionais e estrangeiros que aqui encontram o descanso, a diversão, a cultura, a natureza, o desporto, momentos de lazer ou, até, reuniões de negócios.

E se o destino Portimão floresce e se afirma a cada ano como principal pólo de atracção algarvio, tal é fruto do trabalho aturado e sistemático de toda uma equipa que nos últimos anos não se tem poupado a esforços para dar ao município o brilho e a vida que ele merece.

Da recuperação dos espaços públicos à criação de novos espaços e novas infra-estruturas, aos grandes projectos e grandes obras estruturantes passando pela ligação às mais prestigiadas competições internacionais, aos grandes nomes nacionais e internacionais, os grandes eventos, a cultura, os usos e costumes, o apoio às artes ... são incontáveis as áreas de actuação em que temos dado o nosso melhor, conseguindo pôr Portimão na ribalta nacional e internacional.

Mas uma vez conquistado este lugar de destaque, não pretendemos baixar os braços e parar. O mundo não pára e as motivações dos nossos visitantes evoluem a cada instante, e é fundamental que saibamos antecipar e preparar essa evolução.

Conhecer quem nos visita é, portanto, um factor determinante para ir ao encontro das suas expectativas e necessidades, e assim garantir a continuidade do sucesso de Portimão como destino turístico, reforçando ainda mais, se possível, a sua posição. É nesse sentido que o Município de Portimão em colaboração com a Universidade do Algarve, através do Centro Internacional de Investigação em Território e Turismo, está a levar a cabo um conjunto de estudos cujo objectivo final é a elaboração do Plano Estratégico de Marketing Territorial de Portimão que nos permitirá encarar os desafios do futuro com novos trunfos e uma confiança reforçada.



MANUEL DA LUZ
O PRESIDENTE DA CÂMARA MUNICIPAL DE PORTIMÃO

Perfil do turista de Portimão

VERÃO 2008

Síntese de resultados provisórios
Janeiro 2009

**Equipa do Centro Internacional de
Investigação em Território e Turismo:**
Fernando Perna (coord.)
Maria João Custódio
Pedro Gouveia
Vanessa Oliveira

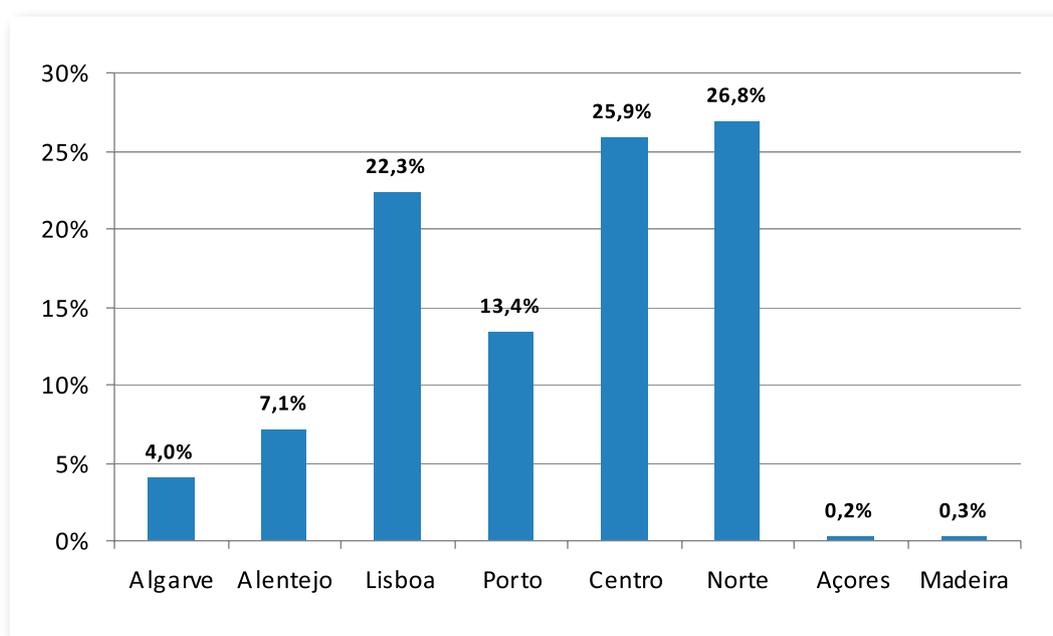
Caracterização da Amostra

A presente síntese do perfil do turista de Portimão no Verão 2008 é parte integrante dos estudos em curso para o Município de Portimão conducentes à elaboração do Plano Estratégico de Marketing Territorial de Portimão, da responsabilidade do Centro Internacional de Investigação em Território e Turismo (CIIT) da Universidade do Algarve.

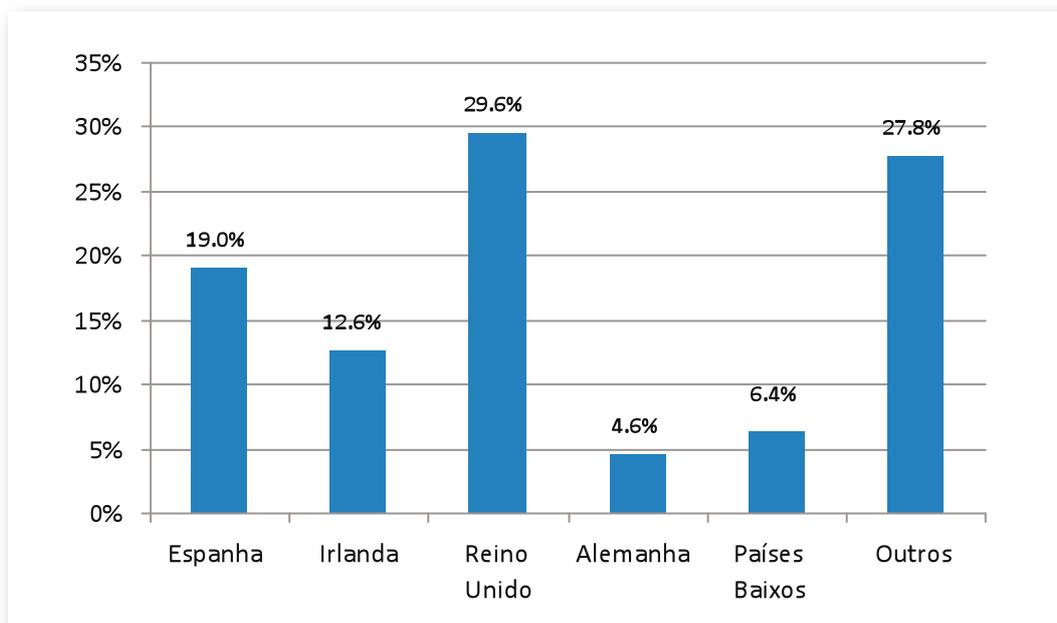
O modelo de questionário e análise de dados desenvolvido pela equipa, resulta da metodologia que tem vindo a sistematizar neste domínio, objecto de debate e publicação científica.

A amostra foi recolhida entre os dias 18 de Julho e 9 de Setembro de 2008, em locais de acesso público na Praia da Rocha, Alvor, Zona Ribeirinha de Portimão e Marina de Portimão, e contou com a colaboração do Grupo Interpass. Foram utilizados nove entrevistadores, sendo inquirida uma pessoa por cada grupo abordado de forma aleatória. No total foram recolhidos 5.433 questionários a nacionais e 453 questionários a cidadãos estrangeiros.

GRÁFICO 1 – DISTRIBUIÇÃO DA AMOSTRA DE RESIDENTES EM PORTUGAL



Têm origem nas regiões Centro e Norte do país a maioria dos inquiridos residentes em Portugal, que procuraram o Município de Portimão no Verão de 2008. Juntas, Região Norte e cidade do Porto representam 40,2% da amostra, seguindo-se a Região Centro, com 25,9% e a cidade de Lisboa com 22,3%.

GRÁFICO 2 - DISTRIBUIÇÃO DA AMOSTRA DE NÃO RESIDENTES EM PORTUGAL

A distribuição da amostra dos não residentes reflecte a importância de mercados tradicionais como o do Reino Unido, que representa 29% da amostra. É, também, possível destacar a importância do mercado espanhol, que tem constituído, nos anos mais recentes, um mercado em ascensão.

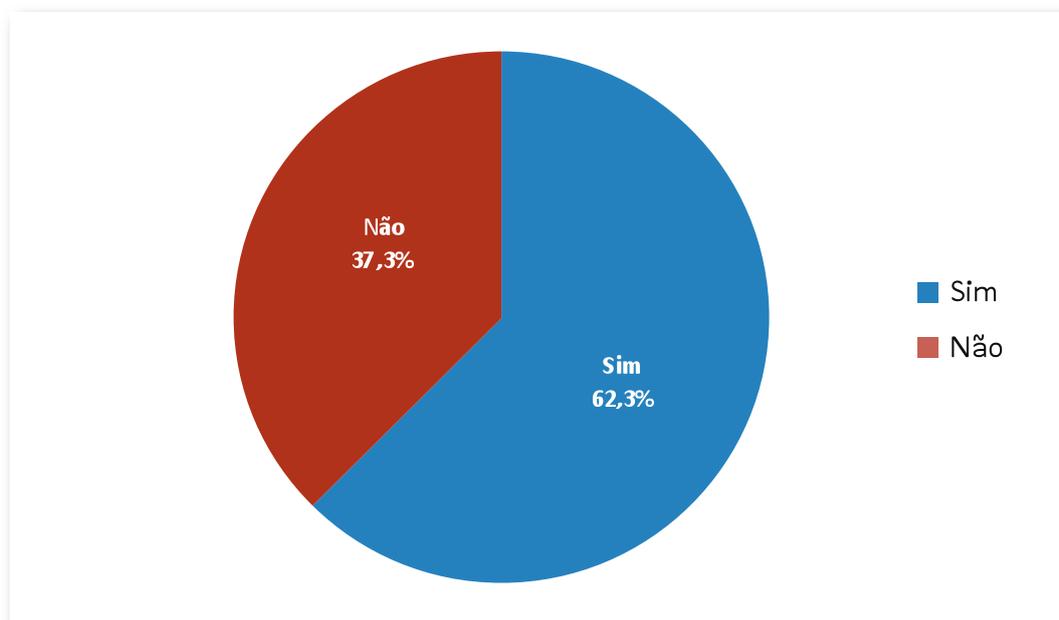


Síntese de Resultados

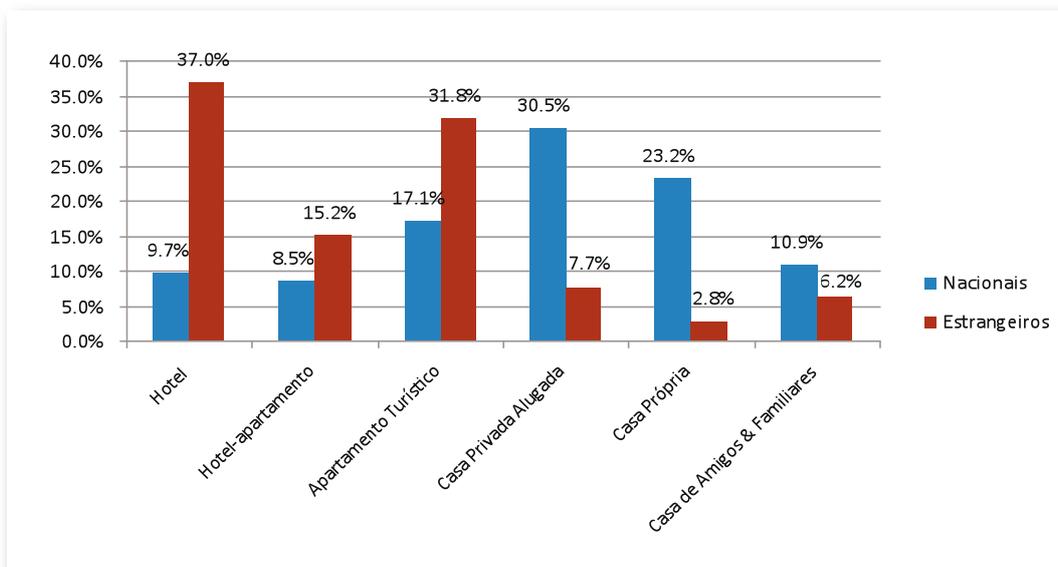
A tabela que se segue representa os principais resultados da avaliação efectuada sobre o perfil do turista que visitou Portimão no Verão 2008. Para tal são expressos os resultados das variáveis sobre a primeira visita a Portimão, modalidade de alojamento adoptada, estada média, número de pessoas por grupo, gasto médio diário individual, intenção de regresso nos próximos 3 anos e importância atribuída pelos turistas aos diferentes produtos turísticos do concelho, entre outros aspectos e análises de inferência a desenvolver no relatório final.

	Nacionais	Estrangeiros	Global
Primeira Visita a Portimão	16,3%	62,3%	63,9%
Alojamento em Habitação Privada Alugada	30,5%	7,7%	28,9%
Estada Média (noites)	8,8	10,8%	10,1%
Número Médio de Pessoas por Grupo	4,0	3,4	3,6
Despesa Média Diária Individual	€ 44,92	€101,72	€ 81,2
Intenção de Regresso nos Próximos 3 Anos	97,7%	93%	97,4%

GRÁFICO 3 – PRIMEIRA VISITA A PORTIMÃO (NÃO RESIDENTES EM PORTUGAL)



6 em cada 10 dos entrevistados, não residentes em Portugal, visitavam Portimão pela primeira vez, o que revela uma expressiva e representativa capacidade de atracção do destino, em particular se considerarmos a sua maturidade.

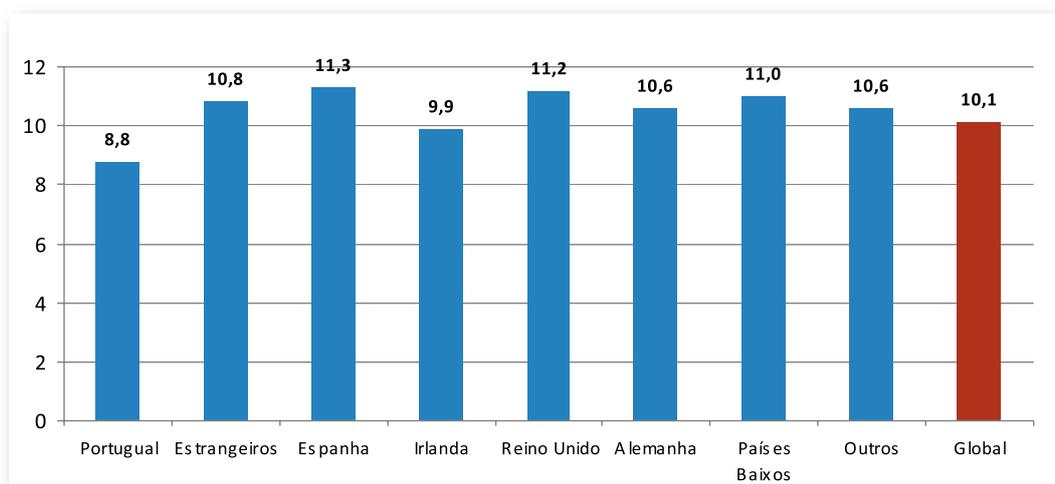
GRÁFICO 4 – MODALIDADE DE ALOJAMENTO


Um terço dos visitantes nacionais preferem a casa privada alugada para o seu alojamento. No conjunto, a habitação não classificada em termos turísticos (casa privada alugada, casa própria e casa de amigos e familiares) atinge os 64,6%. Em termos de estabelecimentos hoteleiros classificados, as preferências recaem sobre os apartamentos turísticos, que representam 17,1% das opções.

Ao nível dos turistas estrangeiros observa-se um fenómeno inverso, que se traduz pela opção por alojamento em Hotéis (37%), Apartamentos Turísticos (31,8%) e Hotéis Apartamento (15,2%). Neste grupo, o recurso a alojamento não classificado cifra-se pelos 16,7%.

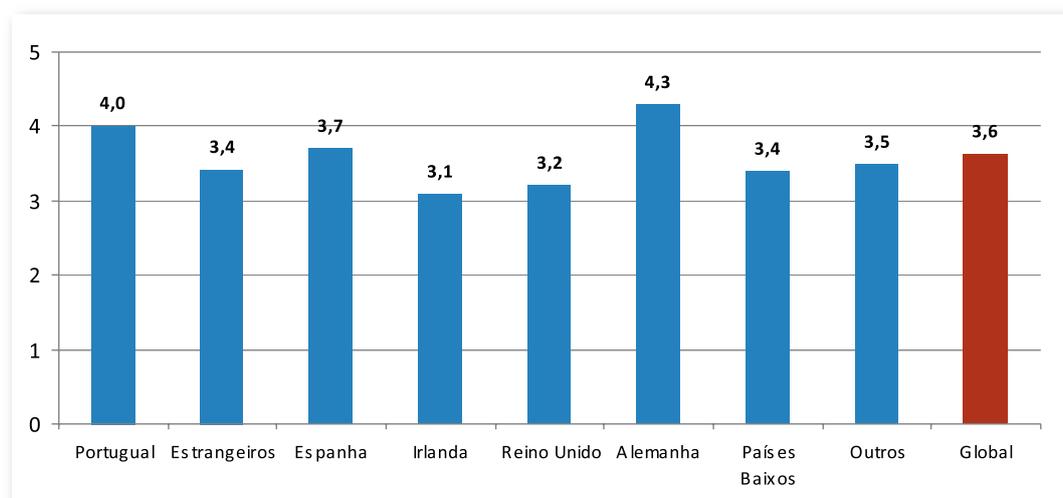


GRÁFICO 5 – ESTADA MÉDIA (NOITES)

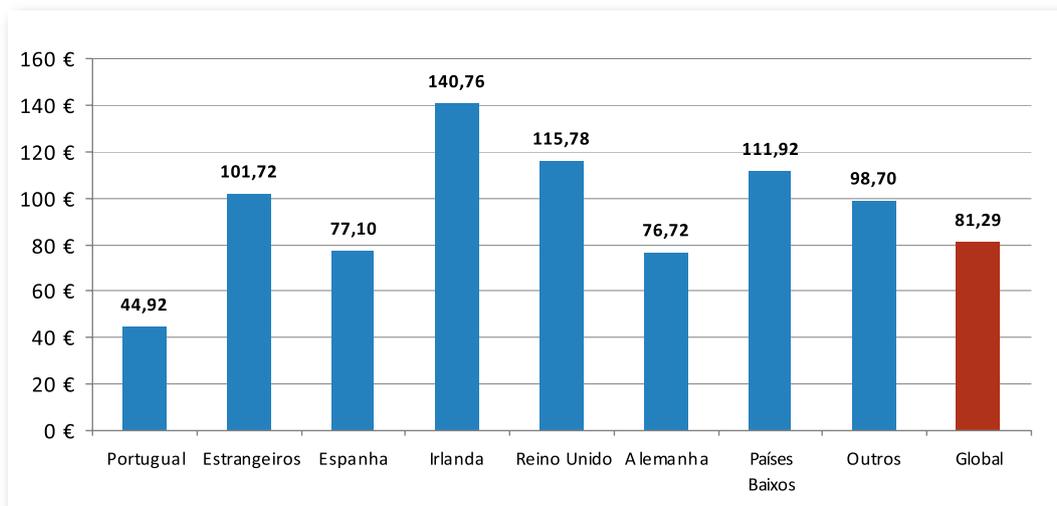


10,8 dias de estada média, para os visitantes estrangeiros, e 8,8 dias para os portugueses são os valores registados neste estudo, que se revelam claramente superiores aos valores médios registados no Algarve no ano de 2007 – 5 noites – ou no mês de Agosto de 2007 – 5,7 noites.

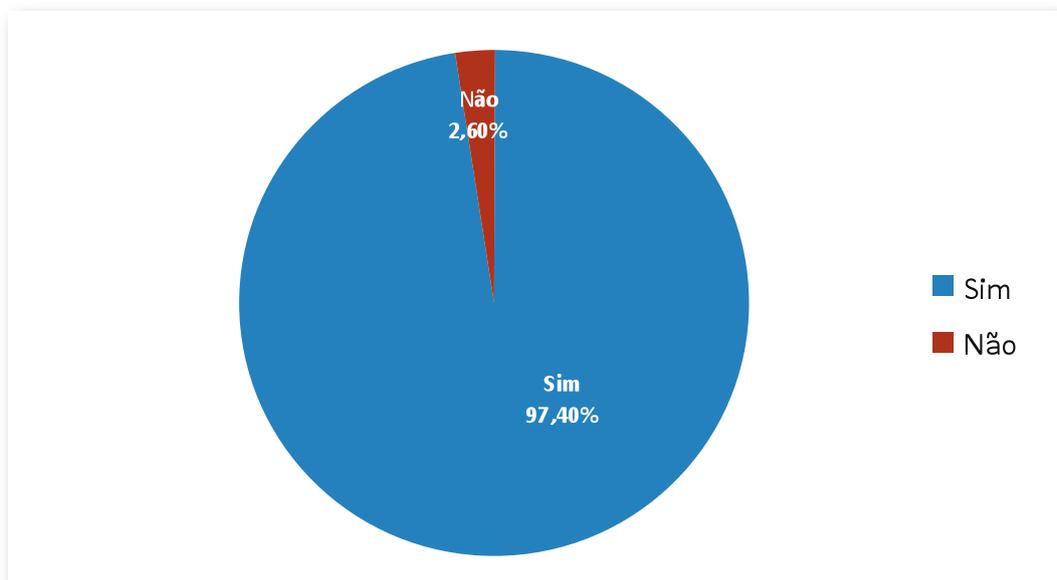
GRÁFICO 6 – NÚMERO DE PESSOAS POR GRUPO



Destino familiar por excelência, Portimão atrai grupos nacionais de, em média 4 pessoas. Da Irlanda, Reino Unido e Países Baixos, chegam-nos grupos mais pequenos, de 3 elementos, enquanto os alemães nos visitam em grupos ligeiramente maiores: 4,3 pessoas em média.

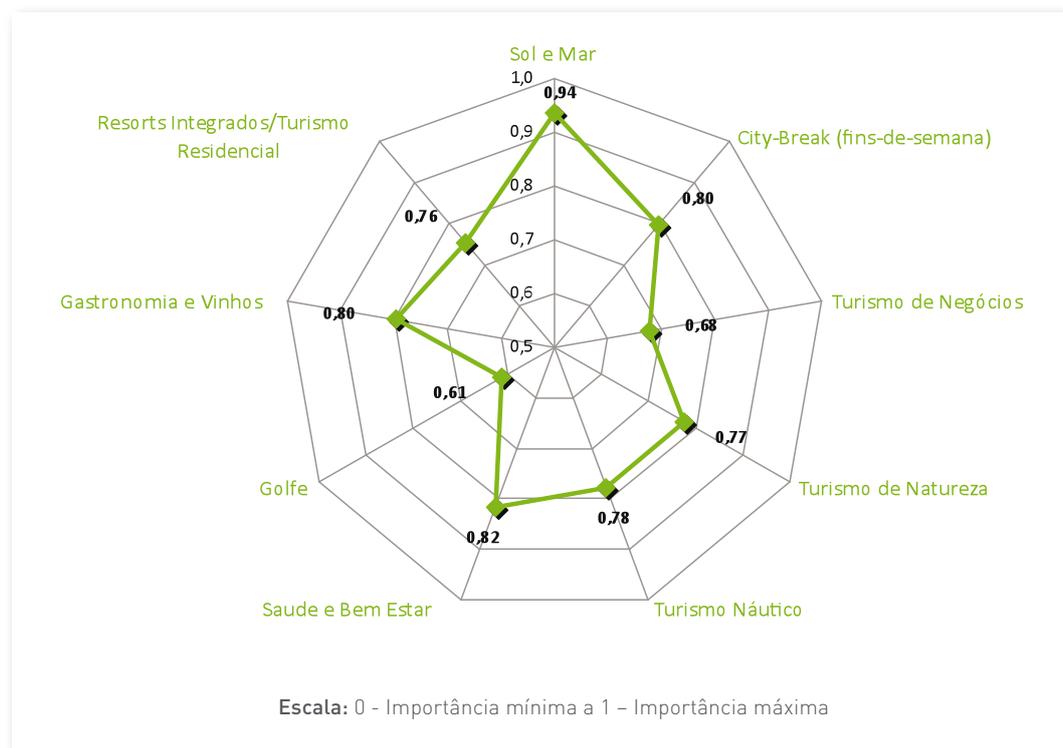
GRÁFICO 7 - GASTO MÉDIO DIÁRIO INDIVIDUAL (EUROS)


Dos 81,29 euros diários que cada visitante gasta em média no concelho, o mercado nacional é o mais económico, com apenas 44,92 euros diários por pessoa, enquanto que o mercado irlandês marca pela generosidade nos gastos, com 140,76 euros por dia. Muito significativa é, também, a despesa dos cidadãos do Reino Unido, com uns confortáveis 115,78 euros por dia. Este número torna-se particularmente relevante se considerarmos que o Reino Unido representa cerca de 1/4 da procura, e que lhe cabem as estadias mais prolongadas - em média 11,2 noites.

GRÁFICO 8 - INTENÇÃO DE REGRESSAR NOS PRÓXIMOS 3 ANOS (RESIDENTES E NÃO RESIDENTES EM PORTUGAL)


Portimão é um destino que satisfaz plenamente a quase totalidade dos inquiridos, facto tanto mais significativo quanto a intenção de regressar nos próximos 3 anos atinge uns significativos 97,4%.

GRÁFICO 9 - IMPORTÂNCIA ATRIBUÍDA PELOS TURISTAS AOS DIFERENTES PRODUTOS TURÍSTICOS DO CONCELHO



Sol e Mar são as âncoras da atracção do concelho preferidas, de forma significativa, pelos turistas de veraneio, entre os nove produtos possíveis considerados na estruturação do destino. Os valores não deixam dúvida: 0,94, numa escala de 0 a 1. Associado a um estilo de lazer tranquilo apresenta-se o produto turístico Saúde e Bem-Estar (0,82), seguido de Gastronomia e Vinhos e dos Programas de Fim-de-Semana (city break), com uns significativos 0,8, enquanto que o Turismo Náutico, o Turismo de Natureza e o Turismo Residencial revela um factor de importância que se situa entre os 0,7 e 0,8.





Propriedade: Município de Portimão - www.cm-portimao.pt. **Edição:** Portimão Turis, EM.
Coordenação: Gabinete de Informação e Relações Públicas / Câmara Municipal de Portimão. **Concepção/Paginação:** Cerebralidades. **Fotos:** Filipe da Palma / Câmara Municipal de Portimão e V2PRO / Miguel Veterano. **Informações:** Divisão de Turismo / Portimão Turis, EM. **Tel.:** 282 410 444 **Email:** info@visitportimao.com.



Portimão