

## Condições Comerciais

BARÓMETRO TURISMO – O sector em números;  
as férias dos portugueses

### Valor Global do Estudo

1 CD-ROM (ficheiro PDF): 4.000,00€\*

(\* ) Ao valor apresentado acresce o IVA à taxa legal em vigor.

#### Notas Importantes:

- . A informação do estudo pode ser disponibilizada de forma personalizada.
- . Contacte-nos por forma a receber uma proposta de acordo com as suas necessidades.

## Contactos

Maria João Mendes [[jmendes@hq.marktest.pt](mailto:jmendes@hq.marktest.pt)]  
Direcção Comercial  
Marktest Investimentos SGPS  
R. São José 183, 2º  
1169-116 Lisboa  
Tel.: 213470866 | Fax. 213460894  
E-mail: [[dcomerc@marktest.pt](mailto:dcomerc@marktest.pt)]

## Barómetro Turismo



O sector em números ■ As férias dos portugueses

*Barómetro Turismo – O sector em números; as férias dos portugueses, é um estudo realizado pela Marktest Consulting baseado em informação produzida por diversas empresas do Grupo Marktest e por fontes oficiais ou privadas de informação, que faz uma análise abrangente sobre o mercado turístico em Portugal.*

O estudo apresenta os números do sector e ainda os resultados de um estudo de mercado realizado junto dos portugueses com o objectivo de conhecer os seus hábitos e expectativas relativamente a férias e viagens.

# Barómetro Turismo

A Markttest Consulting realizou um estudo sobre o mercado turístico em Portugal, que pretende contribuir para um melhor conhecimento do sector e disponibilizar instrumentos que possam ajudar os marketers na tomada de decisões.

O estudo que apresentamos assenta em dois eixos fundamentais:

**Parte I : Conhecimento do sector com base em informação produzida pelas empresas do Grupo Markttest e outras fontes oficiais ou privadas de informação\*.**

\* INE, Instituto de Turismo de Portugal, Associação Portuguesa de Agências de Viagens e Turismo, Netpanel (MARKTEST), Clipping (MediaMonitor) e Adex (MediaMonitor)

**Parte II : Estudo aprofundado sobre os hábitos dos portugueses relativamente a férias e viagens.**

## O que permite :

◆ Conhecer os principais indicadores do sector do Turismo (estabelecimentos, capacidade, hóspedes, dormidas, proveitos) por tipologia dos equipamentos

◆ Conhecer as notícias publicadas em 2009 sobre o sector pelas principais agências de viagem, transportadoras aéreas, destinos e temas tratados

◆ Conhecer a distribuição regional da rede de agências de turismo em Portugal

◆ Quantificar o volume de investimento publicitário realizado pelo sector de 2002 a 2009 e conhecer os anunciantes que mais apostaram nesta forma de comunicação

◆ Conhecer os principais indicadores da navegação em sites de turismo de 2002 a 2009 e quais os sites do sector que são mais visitados pelos internautas nacionais

◆ Avaliar os Hábitos de férias e viagens dos consumidores bem como os aspectos mais valorizados na escolha do destino para férias

◆ Conhecer as intenções dos consumidores de gozar férias nos próximos 6 meses

◆ Quantificar o gasto *per capita* no principal período de férias

◆ Conhecer níveis de satisfação e recomendação de locais, hotéis, agências, transportadoras aéreas...

## Apresentação de Resultados :

O relatório é composto por um ficheiro em Pdf, podendo os dados ser disponibilizados em formato Excel quando assim solicitado.

O relatório contém análises gráficas, cartográficas e de conteúdo, com análise descritiva dos principais resultados.

## Informação Disponível no Relatório :

### Estrutura de informação:

#### Parte I – O Turismo em números

##### 1. Dados de Enquadramento do sector

- Movimento dos portos e aeroportos
- Estabelecimentos hoteleiros e Capacidade de alojamento
- Hóspedes por país de residência, categoria dos estabelecimentos e mês
- Dormidas por país de residência, categoria dos estabelecimentos e mês
- Indicadores de hotelaria
- Dinâmicas regionais
- Parques de campismo, campistas e dormidas
- Turismo no espaço rural

##### 2. Expectativas dos empresários

##### 3. Rede de agências de viagens

##### 4. A comunicação do turismo

- Notícias do sector por meio e suporte (ano 2009)
- Notícias pelos principais conteúdos:
  - § Locais
  - § Épocas
  - § Temas
  - § Agências de viagens
  - § Hotéis
  - § Transportadoras aéreas
- Investimentos publicitários (2002 a 2009)
  - § Evolutivo anual do total do sector por meio
  - § Top 20 anunciantes 2002-2009
  - § Top 5 anunciantes em cada ano 2002-2009
  - § Top 50 anunciantes em 2009 e repartição por meio

##### 5. Consulta de sites de turismo (2002 a 2009)

- Evolutivo mensal e anual de utilizadores de sites de turismo
- Evolutivo mensal e anual de páginas visitadas de sites de turismo
- Evolutivo mensal e anual de tempo despendido em sites de turismo
- To 5 sites anual
- Perfil de utilizadores de sites de turismo (sexo, idade, região, classe social)
- Afinidade com sites de turismo (sexo, idade, região, classe social)

#### Parte II – Barómetro Turismo

##### 1. Hábitos de férias e viagens em 2009/2010

- Férias gozadas em 2009/2010
  - a. Motivos de não ter gozado
- Férias gozadas em 2009/2010 fora da residência habitual
  - a. Motivos de não ter gozado
- Nº de períodos de férias gozados

##### 2. Principal período de férias

- Nº dias gozados
- Mês em que gozou esse período de férias
- Aspectos mais valorizados na escolha do destino para férias
- Tipo de ambiente de férias que gozou
- País / local onde gozou
- Antecedência com que planeou este período de férias e viagem
- Meios organizou/efectuou a marcação de reserva de alojamento e de transporte
  - a. Agência/operador turístico que utilizou, nível de satisfação, probabilidade de recomendar a amigos e familiares
- Meio de transporte utilizado para se deslocar para a local de férias
  - a. Tipo companhia, factores escolha, companhia em que viajou, nível de satisfação e probabilidade de recomendar a amigos/familiares.
- Meio de transporte utilizado nas deslocações no local de férias
  - a. Companhia *rent a car* que utilizou, nível de satisfação e probabilidade de recomendar *rent a car* a amigos e familiares
- Tipo de alojamento utilizado
  - a. O que mais valoriza na escolha de hotel, hotel onde esteve alojado, nível de satisfação e probabilidade de recomendar a amigos/familiares
- Tipo de actividades praticadas nesse período de férias
- Nível de satisfação com aspectos (15) relacionados com o local onde passou o principal período de férias.
  - a. Se já tinha gozado férias neste local, probabilidade de voltar a passar férias neste local e probabilidade de recomendar a amigos/familiares.
- Gasto, *per capita*, no principal período de férias

##### 3. Intenção de gozar férias nos próximos 6 meses

- Intenção de gozar férias fora da residência habitual
  - a. Motivos por que não tenciona gozar de férias
- Impacto da situação económica do país nas férias. O que tenciona fazer para ultrapassar a situação
- Nº de períodos de férias que tenciona tirar
- Destino para onde tenciona deslocar-se
  - a. Motivos por que não tenciona viajar em férias para o estrangeiro
- Tipo de ambiente de férias que tenciona gozar
- Meios que tenciona organizar/efectuar a marcação de reserva de alojamento e de transporte
  - a. Agência de viagens/operador turístico que tenciona utilizar
- Meio de transporte que tenciona utilizar para se deslocar para o local de férias
  - a. Tipo de companhia que tenciona viajar. Companhia que tenciona utilizar
- Tipo de alojamento que tenciona utilizar no principal período de férias
  - a. Hotel / cadeia de hotéis que tenciona utilizar
  - b. Motivos por que não tenciona ir para um hotel