

ESTUDO DO GASTO TURÍSTICO



Preparado por:

ECAM

Avenida Arriaga, n.º 42-B 2.º Andar n.º 5

9000-064 Funchal

1 de Fevereiro de 2010



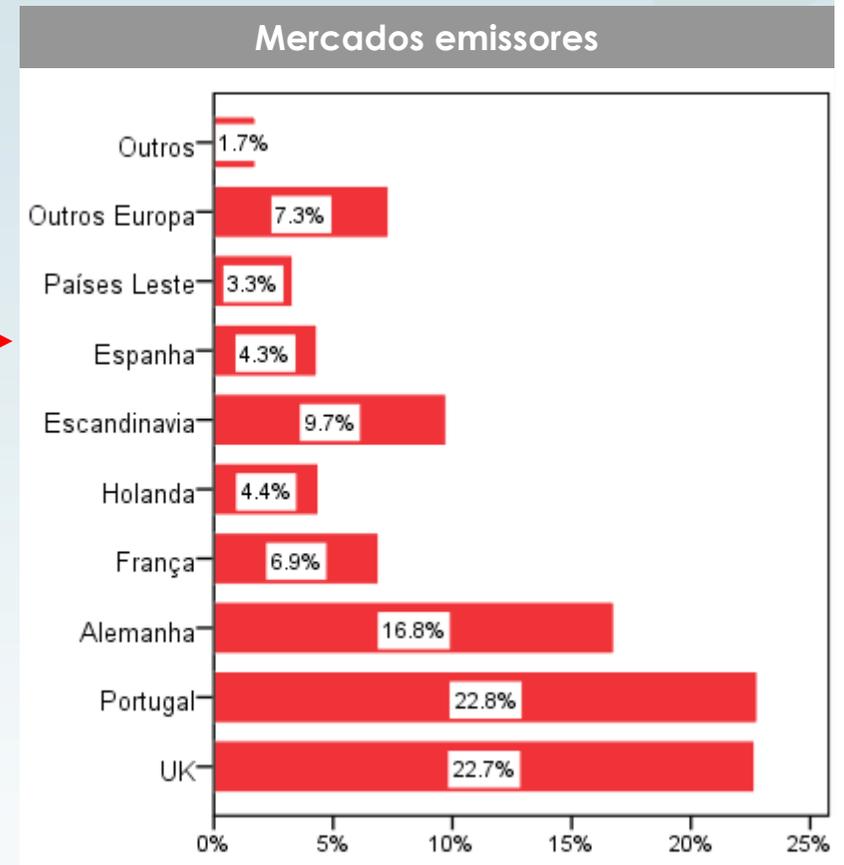
Ficha Técnica

O estudo foi realizado para a Secretaria Regional de Turismo da Madeira, com o objectivo de obter o perfil do turista da Madeira e estimar o gasto turístico dos visitantes neste destino. A operacionalização do estudo e a respectiva metodologia teve por base as condições definidas no caderno de encargos, pretendendo-se também actualizar um estudo idêntico realizado em Dezembro de 2003. Os dados foram recolhidos, na sala de embarque do Aeroporto da Madeira, entre 7 de Dezembro de 2009 e 4 de Janeiro de 2010, utilizando um inquérito por aplicação de um questionário auto administrado. Os inquiridos foram pré-qualificados antes de responder ao questionário, excluindo-se todos os que manifestaram residir na Madeira. A amostragem foi estratificada por país de origem do turista tendo por base a distribuição dos dados de entradas de turistas referentes ao ano de 2008. Obtiveram-se 1663 questionários válidos, de um total de 1708 recolhidos; os questionários não considerados foram eliminados por estarem muito incompletos ou incorrectamente preenchidos. A esta amostra de 1663 inquiridos corresponde um erro amostral máximo de 2,4%, para um nível de confiança de 95%.



Distribuição geográfica da amostra

Mercado	Nº casos	%	Mercado	Nº casos	%
Portugal	379	22,8	Estónia	5	0,3
Reino Unido	377	22,7	Eslovénia	4	0,2
Alemanha	280	16,8	Brasil	3	0,2
França	115	6,9	Hungria	2	0,1
Holanda	73	4,4	Irlanda	2	0,1
Espanha	72	4,3	Israel	2	0,1
Finlândia	51	3,1	Venezuela	2	0,1
Noruega	50	3,0	África do Sul	2	0,1
Suécia	37	2,2	Austrália	2	0,1
Bélgica	34	2,0	Angola	2	0,1
Suiça	30	1,8	Luxemburgo	2	0,1
Áustria	29	1,7	Roménia	1	0,1
Itália	26	1,6	China	1	0,1
Polónia	26	1,6	Canadá	1	0,1
Dinamarca	23	1,4	Congo	1	0,1
EUA	11	0,7	Grécia	1	0,1
Rússia	8	0,5	Letónia	1	0,1
República Checa	7	0,4	Eslováquia	1	0,1
			Total	1663	100,0



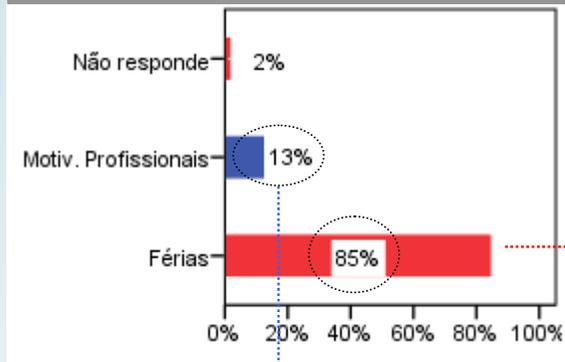
Para efeitos de análise, os países identificados com menores frequências foram agrupados da seguinte forma:

- Escandinávia: Suécia, Noruega, Dinamarca e Finlândia
- Países de Leste: Polónia, Rússia, República Checa, Estónia, Eslovénia, Hungria, Roménia, Letónia e Eslováquia
- Outros Europa: Bélgica, Suíça, Áustria, Itália, Luxemburgo e Grécia
- Outros: Restante países (excepto Irlanda que foi incluída no Reino Unido)

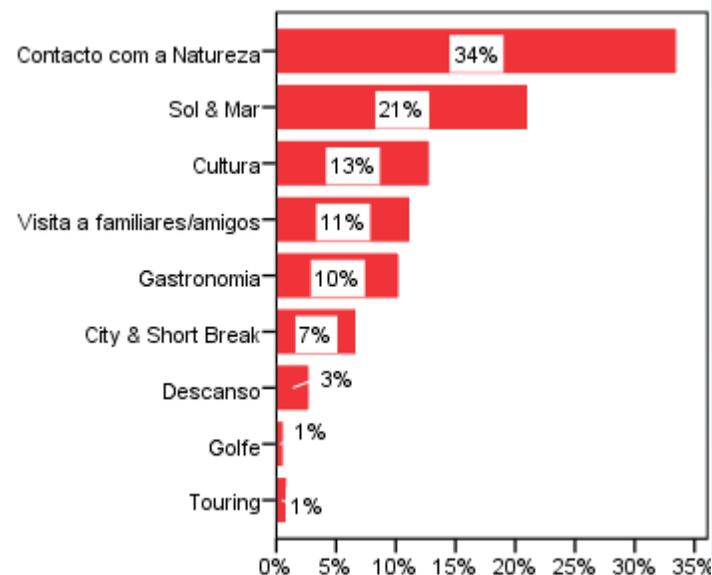


Motivações da viagem à Madeira

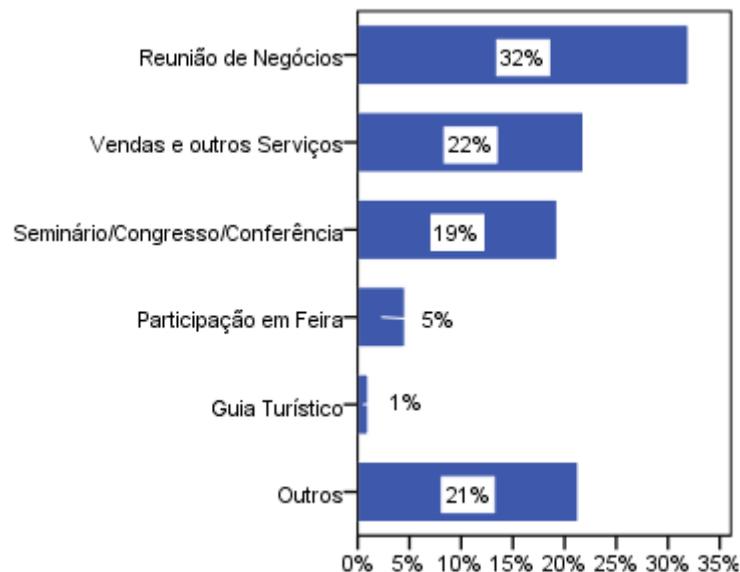
Motivo principal da viagem



Motivo principal da viagem em férias



Motivo principal da viagem em negócios



O motivo **principal** da viagem à Madeira é **pessoal/férias**, verificando-se que 85% dos visitantes fizeram-no por este motivo. Para estes a principal motivação foi o **contacto com a natureza** (34%) e o **Sol & Mar** (21%).

Os 13% que declararam ter vindo à Madeira para negócios/motivos profissionais, deslocaram-se para reuniões de negócios, vendas e participação em seminários/congressos/conferências.



Motivações da viagem à Madeira

Motivos pessoais por mercado emissor

	UK	Portugal	Alemanha	França	Holanda	Escandinávia	Espanha	Países Leste	Outros Europa	Outros
Contacto com a Natureza	30%	24%	38%	27%	41%	39%	36%	40%	29%	17%
Sol & Mar	27%	14%	21%	16%	21%	22%	14%	15%	22%	19%
Cultura	9%	9%	13%	22%	12%	10%	18%	12%	16%	17%
Visita a familiares/amigos	7%	27%	5%	14%	3%	5%	6%	7%	7%	28%
Gastronomia	9%	13%	9%	11%	5%	10%	12%	16%	7%	3%
City & Short Break	6%	5%	7%	5%	9%	5%	9%	6%	11%	3%
Descanso/lazer/férias	8%	2%	2%	1%	4%	5%	1%	2%	3%	3%
Outros	2%	4%	3%	4%	3%	4%	5%	1%	3%	3%
Fim de Ano	1%	3%		1%					1%	6%
Touring	2%		1%			1%			1%	3%
Golfe	1%		1%	1%	1%				1%	

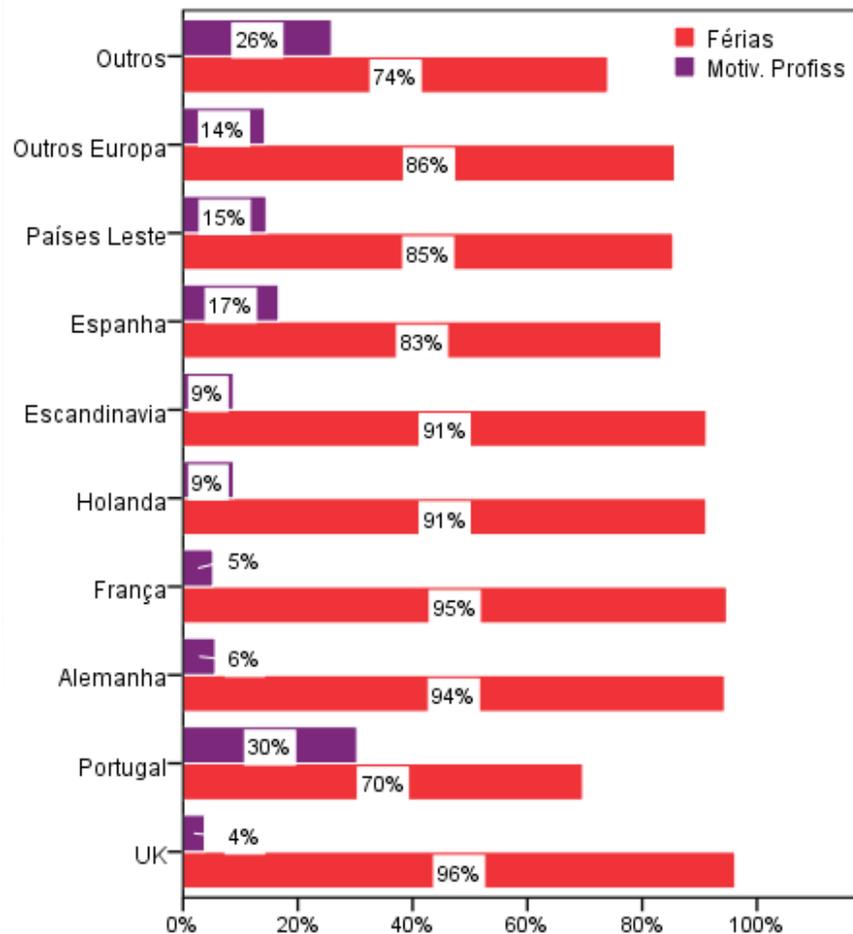
Os principais motivos de viagem variam também com o país, verificando-se:

- Os Ingleses, Alemães, Holandeses, Escandinavos e restantes Europeus deslocam-se pelo contacto com a Natureza e Sol & Mar
- Os Portugueses para visitar familiares e amigos e pelo contacto com a Natureza
- Os Franceses e Espanhóis pela Natureza e Cultura
- Os Países de Leste pelo Contacto com a Natureza, Sol & Mar e Gastronomia



Motivações da viagem à Madeira

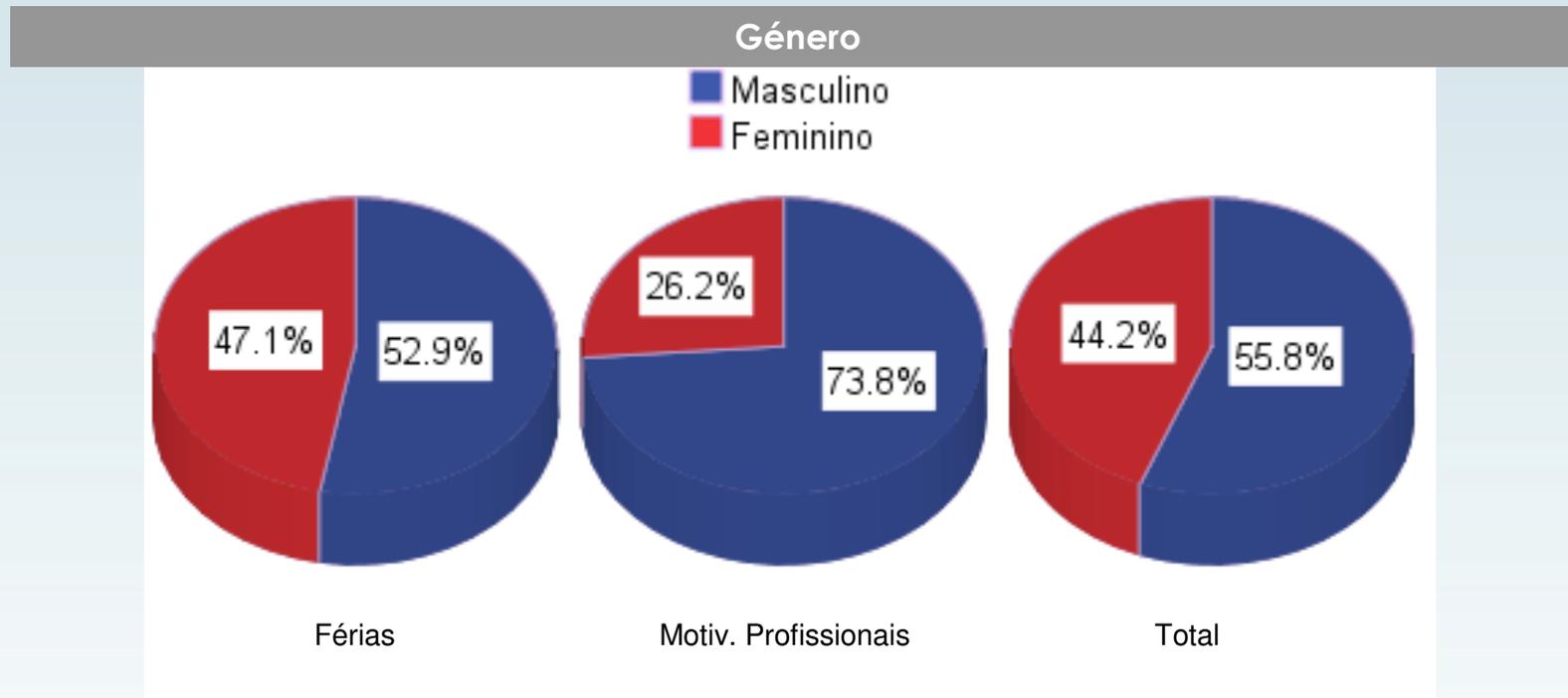
Mercados emissores



O motivo **principal** da viagem à Madeira é para todos os mercados **pessoal/férias**, no entanto para **Portugal** os visitantes em **negócios/motivos profissionais** apresentam uma maior incidência de viagem por este motivo, verificando-se que por cada 10 residentes em Portugal, 7 visitam o destino por motivos de férias e 3 por motivos profissionais.



Perfil sócio-demográfico e ocupacional

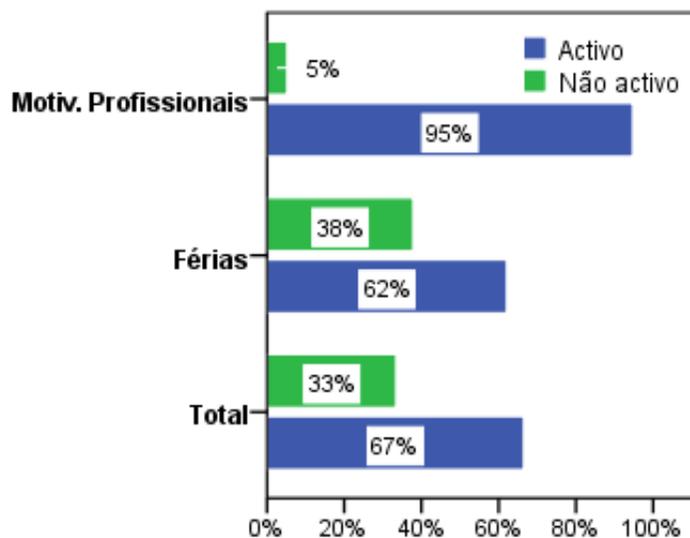


Os visitantes são genericamente tanto homens como mulheres, sendo que no total se observam 56% de homens e 44% de mulheres; esta pequena predominância de homens deve-se essencialmente ao grupo que visita a Madeira por motivos profissionais, uma vez neste grupo existem maioritariamente homens (cerca de $\frac{3}{4}$ são homens e $\frac{1}{4}$ são mulheres).



Perfil sócio-demográfico e ocupacional

Situação profissional

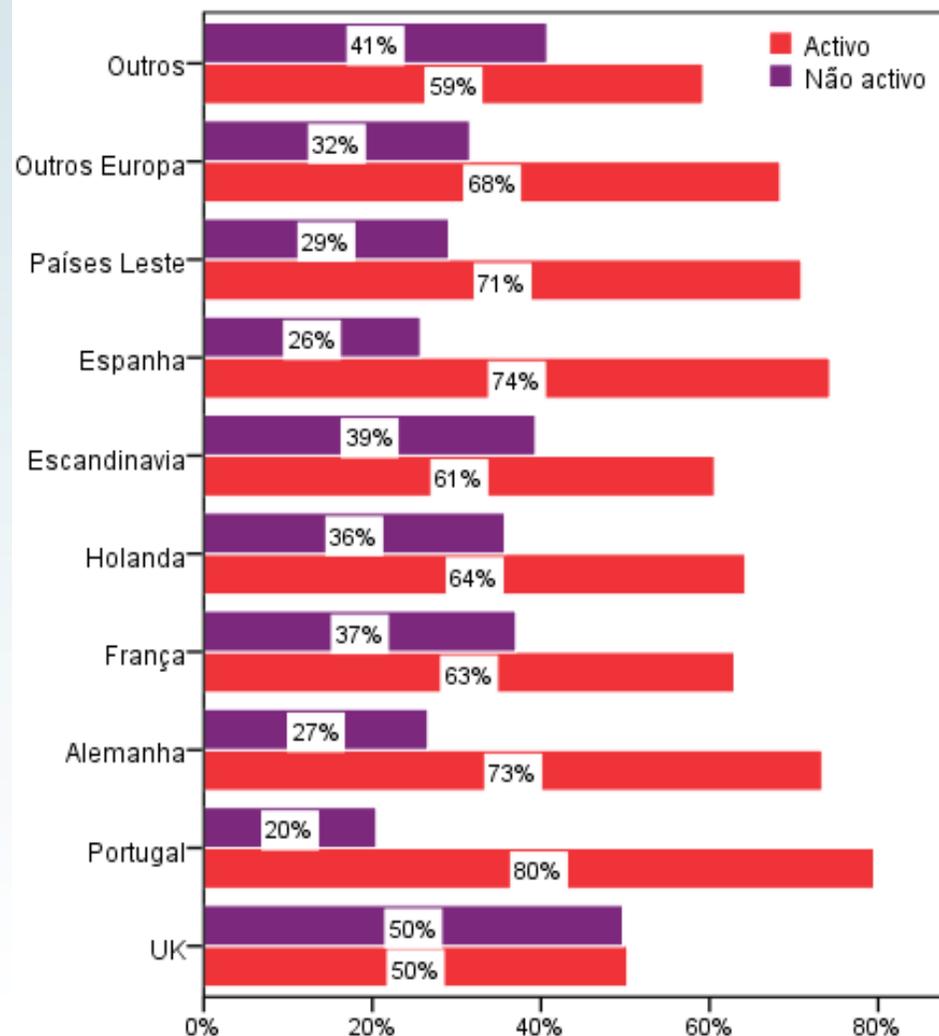


Os visitantes da Madeira são na sua maioria **activos** numa proporção de **2 activos por cada 1** visitante não activo; esta predominância de activos acontece tanto nos que se deslocam por motivos pessoais como **profissionais** embora a incidência neste último grupo seja bastante mais acentuada (95% dos visitantes deste grupo são activos).

Em função do mercado emissor detectam-se no entanto algumas diferenças:

- Os **Portugueses** são maioritariamente **activos** (80%)
- Os **Inglêses** são tanto **activos** como **não activos** (50%)
- Para os restantes países os turistas são também maioritariamente **activos**

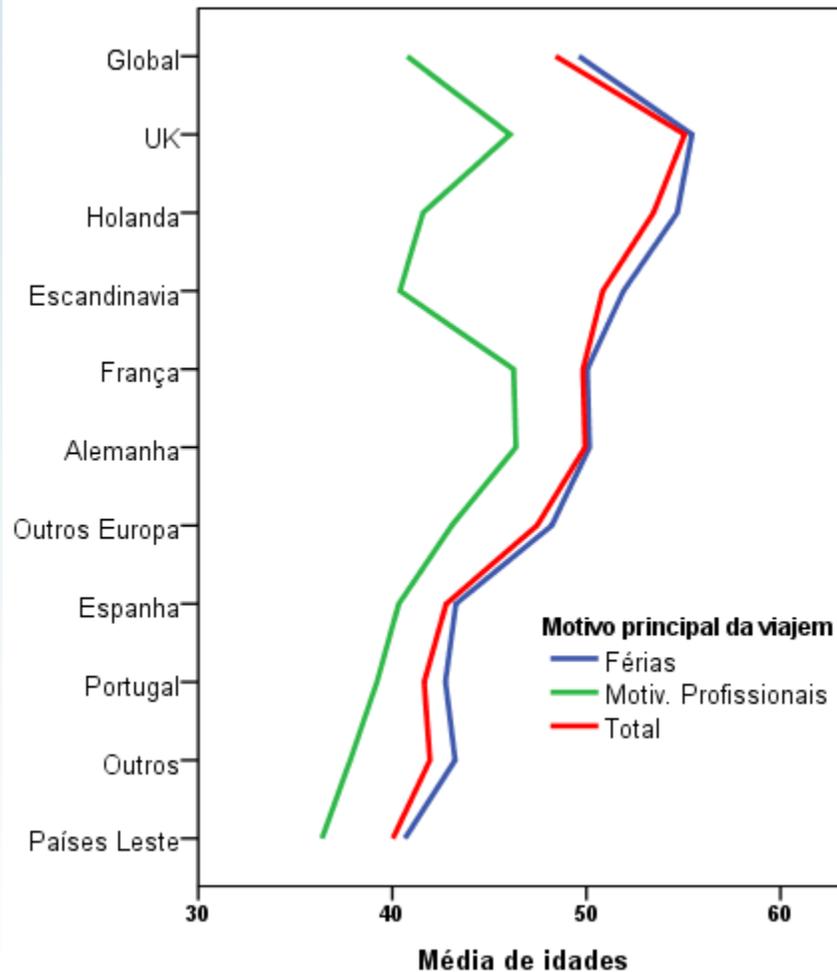
Situação profissional





Perfil sócio-demográfico e ocupacional

Média de Idades



Mercado	Férias	Motiv. Profissionais	Total
UK	55,4	46,1	55,1
Holanda	54,7	41,6	53,5
Escandinávia	51,9	40,4	50,8
França	50,0	46,3	49,8
Alemanha	50,2	46,4	49,9
Outros Europa	48,2	43,1	47,5
Espanha	43,3	40,3	42,8
Portugal	42,7	39,2	41,6
Outros	43,2	37,8	41,9
Países Leste	40,6	36,4	40,0
Total	49,6	40,8	48,4

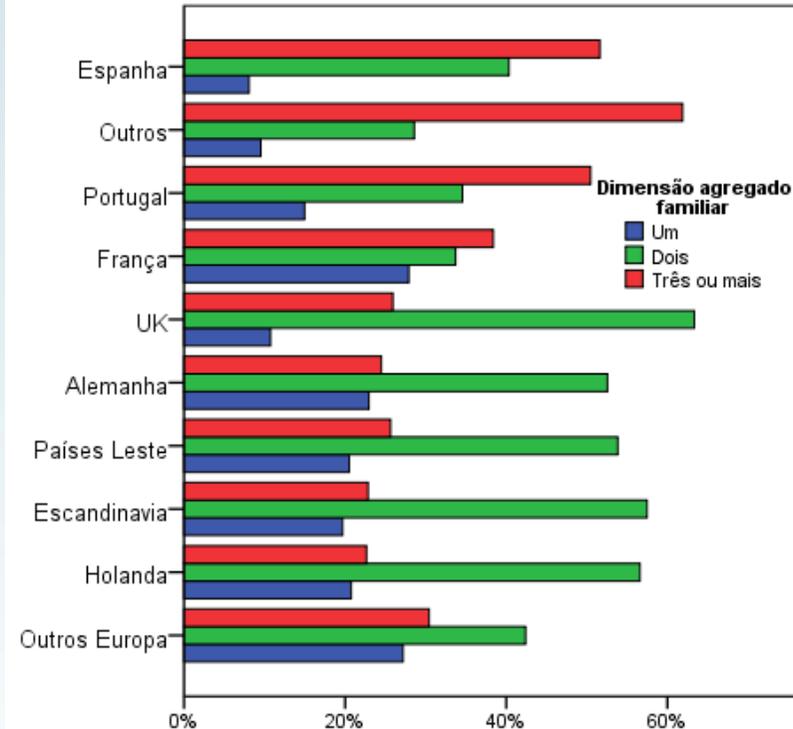
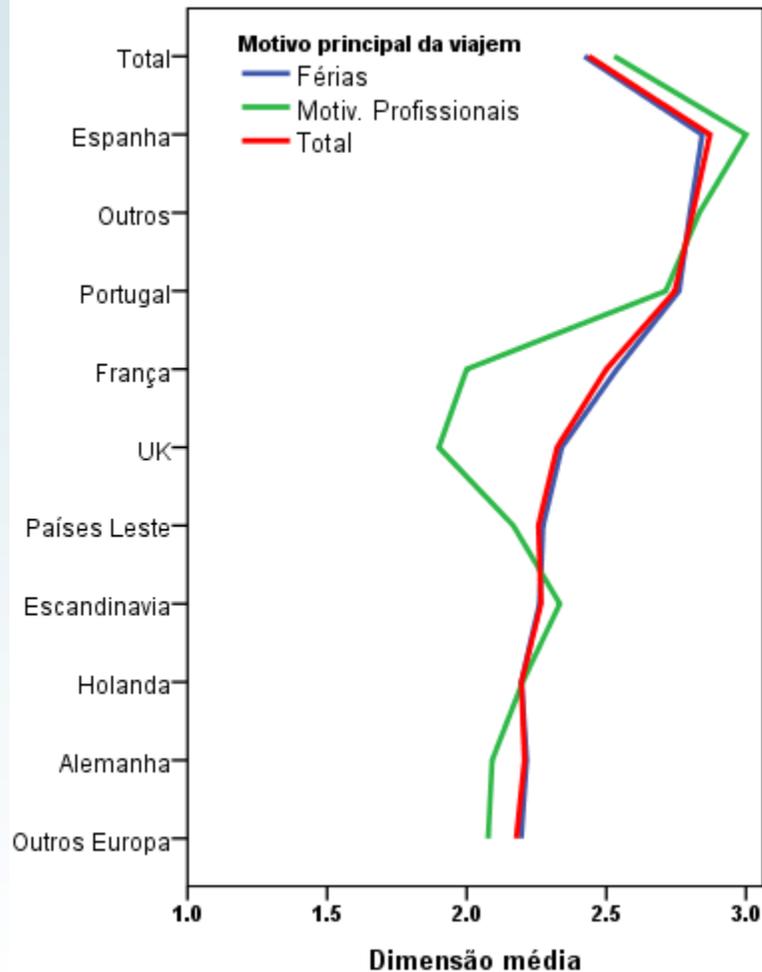
Os visitantes da Madeira apresentam uma distribuição etária que evidencia um perfil de **turista sénior**, especialmente no segmento **lazer/férias**, para o qual se observam maiores idades.

Os mercados **Inglês**, **Holandês**, **Escandinavo**, **Francês** e **Alemão** apresentam uma estrutura etária mais **envelhecida** (idades médias entre os 50 e 55 anos), enquanto nos Países de Leste, Portugal, Espanha e o grupo de Outros Países os turistas são mais “jovens” (idades médias entre 40 e 43 anos).



Perfil sócio-demográfico e ocupacional

Dimensão do Agregado familiar



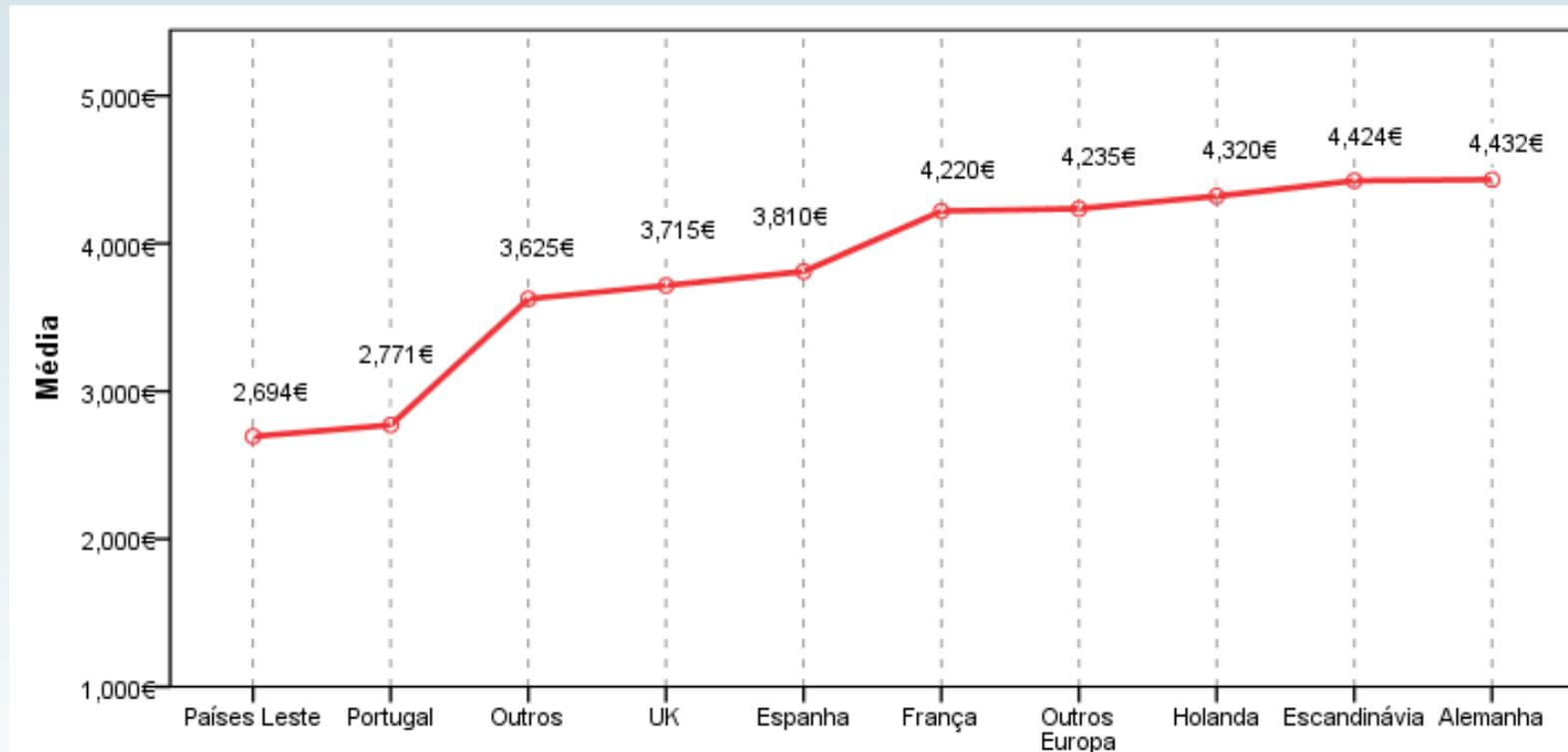
Os visitantes da Madeira vivem essencialmente em agregados familiares de pequena dimensão (2 pessoas), sobretudo para os que se deslocam por motivos profissionais da **França** e **Reino Unido**.

Para os mercados **Espanhol**, **Outros Países** e **Português** predominam os agregados familiares com **mais de 2 pessoas**, enquanto para os **restantes** mercados os turistas vivem na sua grande maioria em agregados de **2 pessoas**. Esta observação poderá estar associada à estrutura etária dos mercados, já que é de esperar que os casais mais jovens ainda tenham os filhos a viver consigo, e a questões culturais/estilos de vida.



Perfil sócio-demográfico e ocupacional

Rendimento familiar mensal



Os visitantes da Madeira declaram possuir rendimentos elevados, bastantes superiores aos salários mínimos e médios dos respectivos países. Observam-se menores rendimentos para os Países de Leste e Portugal, e maiores para a Alemanha, Holanda e Escandinávia.



Perfil sócio-demográfico e ocupacional

Habilitações literárias

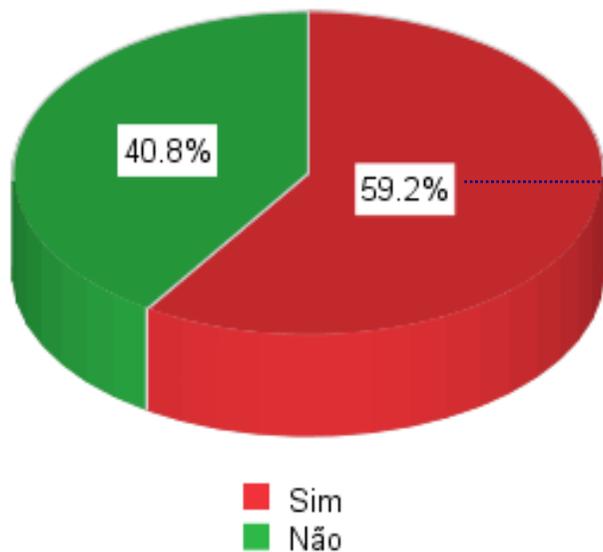
	UK	Portugal	Alemanha	França	Holanda	Escandinávia	Espanha	Países Leste	Outros Europa	Outros
Sem estudos	1,0%	3,2%	0,9%							
Ensino básico incompleto	0,7%	7,2%	1,3%		1,5%				1,1%	4,5%
Ensino básico completo	6,0%	6,0%	13,3%	6,8%		8,3%	4,3%	7,8%	14,9%	9,1%
Ensino secundário incompleto	2,0%	6,0%	6,6%	2,3%	3,1%		5,8%	2,0%	6,4%	
Ensino secundário completo	28,2%	24,1%	29,2%	25,0%	40,0%	25,5%	24,6%	17,6%	18,1%	13,6%
Licenciatura	45,2%	39,5%	32,7%	59,1%	36,9%	48,3%	52,2%	39,2%	46,8%	50,0%
Mestrado/ Doutoramento	16,9%	14,0%	15,9%	6,8%	18,5%	17,9%	13,0%	33,3%	12,8%	22,7%

Os visitantes da Madeira apresentam um elevado padrão educacional, observando-se que a percentagem de turistas com formação superior (licenciatura, mestrado ou doutoramento) varia, de acordo com o mercado, entre 49% e 73%. Comparando os mercados emissores entre si verifica-se que os turistas com maior nível de formação são provenientes dos Países de Leste, Espanha, Escandinávia e França, e os que apresentam menores habilitações vêm da Alemanha e Portugal.

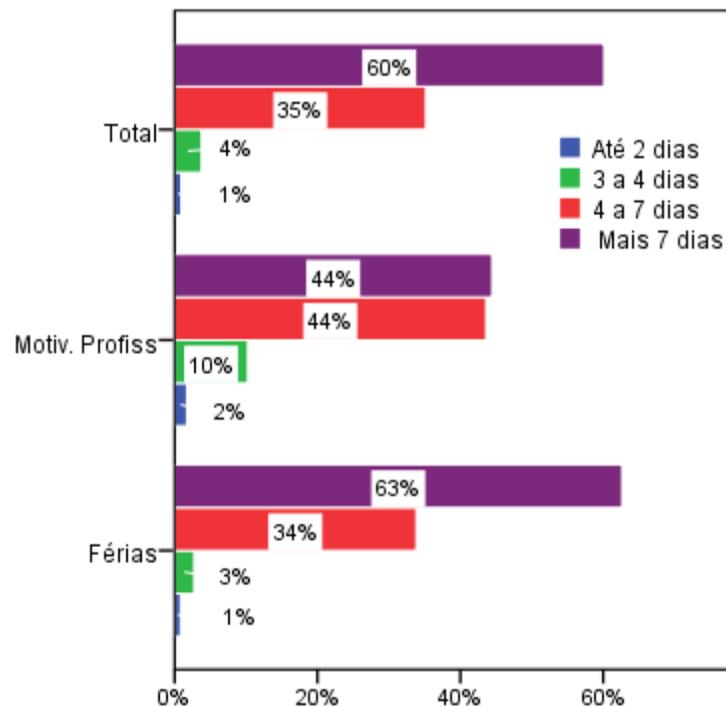


Hábitos de viagem – Anuais (3 últimos anos)

Fez férias repartidas nos 3 últimos anos



Duração média das férias repartidas

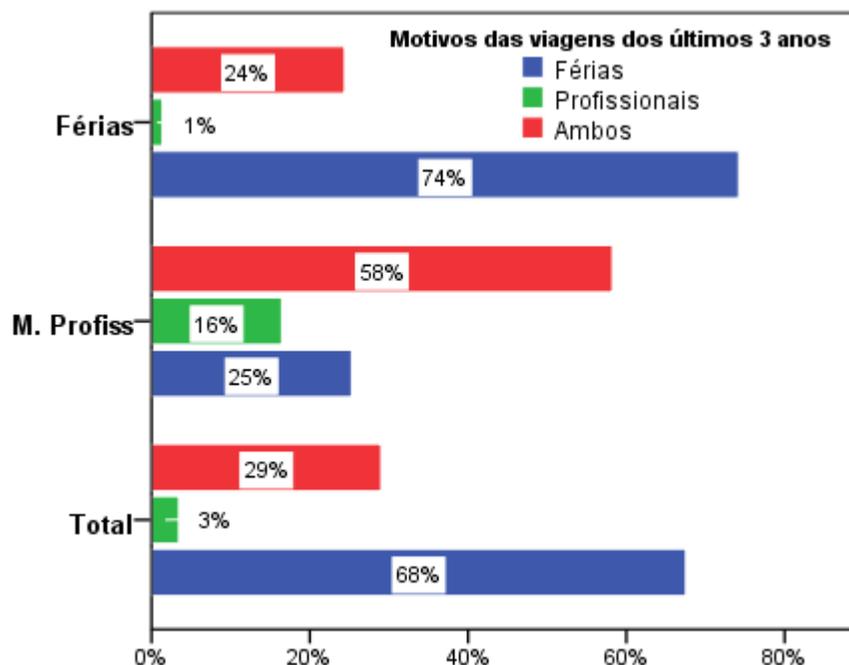


59% dos visitantes da Madeira têm por hábito repartir as suas férias, observando-se que 60% destes costumam optar por períodos de férias repartidas superiores a 7 dias, sendo esta tendência mais acentuada nos que vieram à Madeira por férias/motivos pessoais; os visitantes que se deslocaram por motivos profissionais optam por períodos que variam entre 4 a 7 dias e mais de 7 dias, o que indica que têm tendência para gozar períodos de férias mais curtos, que os que vêm por motivos pessoais.



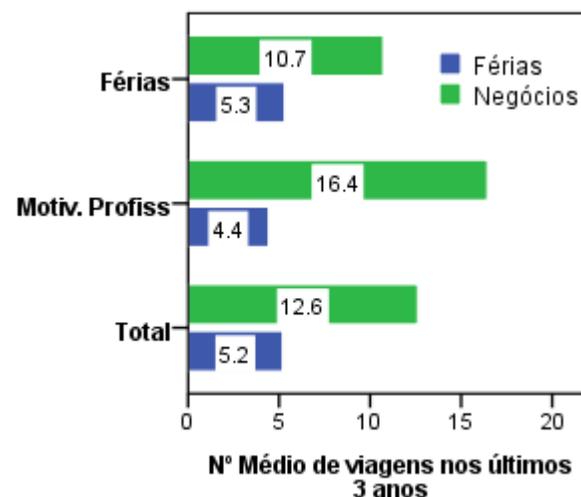
Hábitos de viagem – Anuais (3 últimos anos)

Motivo principal desta viagem à Madeira versus motivos de viagens anteriores

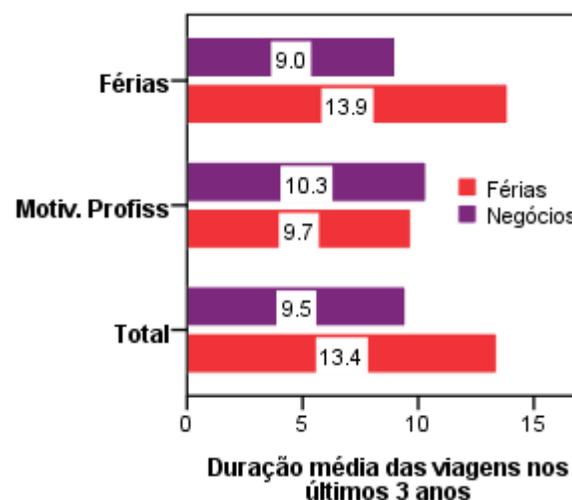


Os visitantes da Madeira são na sua maioria viajantes frequentes e regulares (em média nos últimos 3 anos fizeram 5 viagens em férias e 16 viagens em Negócios, que apresentam durações médias entre 14 e 9 noites, respectivamente), verificando-se que aqueles que se deslocaram por motivos profissionais, apresentam maior tendência para terem efectuado viagens também em negócios nos últimos 3 anos; para os que vieram em férias as viagens dos 3 últimos anos também são maioritariamente por motivos pessoais/férias.

Nº viagens anteriores



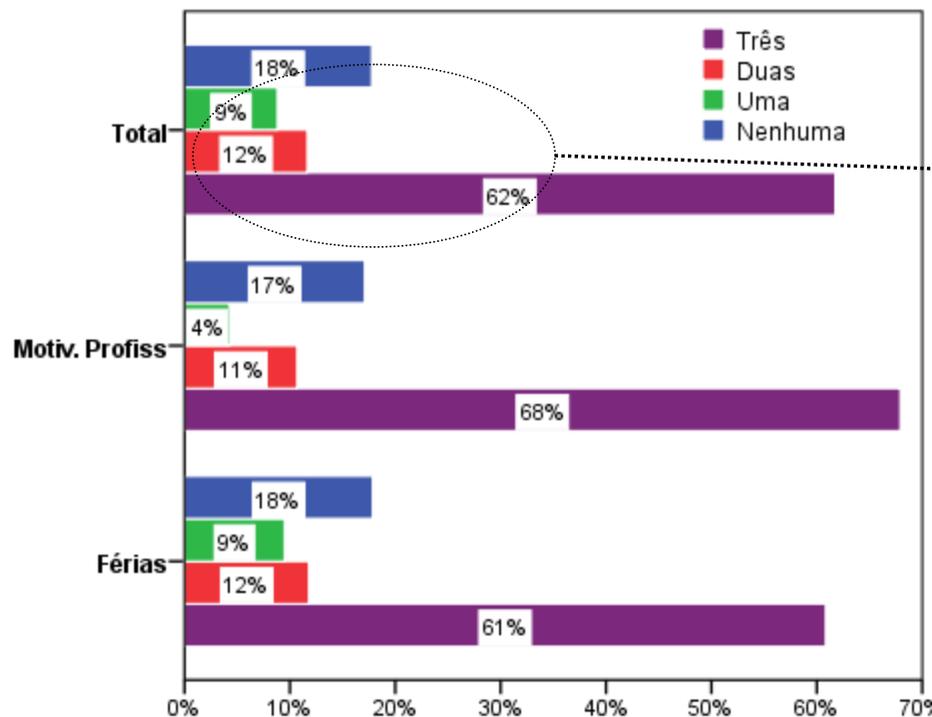
Duração viagens anteriores



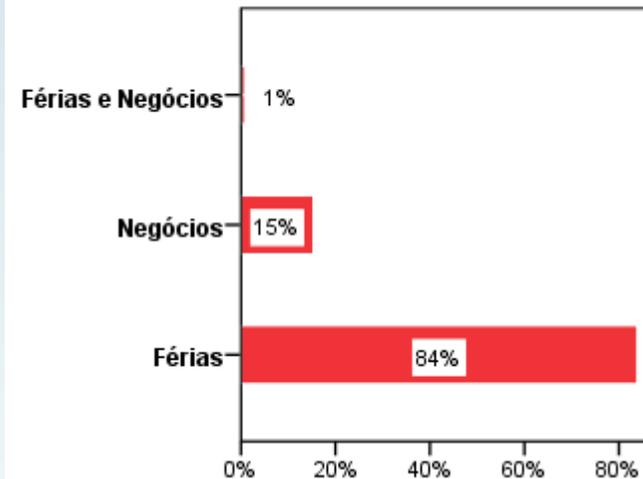


Hábitos de viagem – Três últimas viagens

Nº viagens identificadas nas 3 últimas viagens



Motivos das 3 últimas viagens

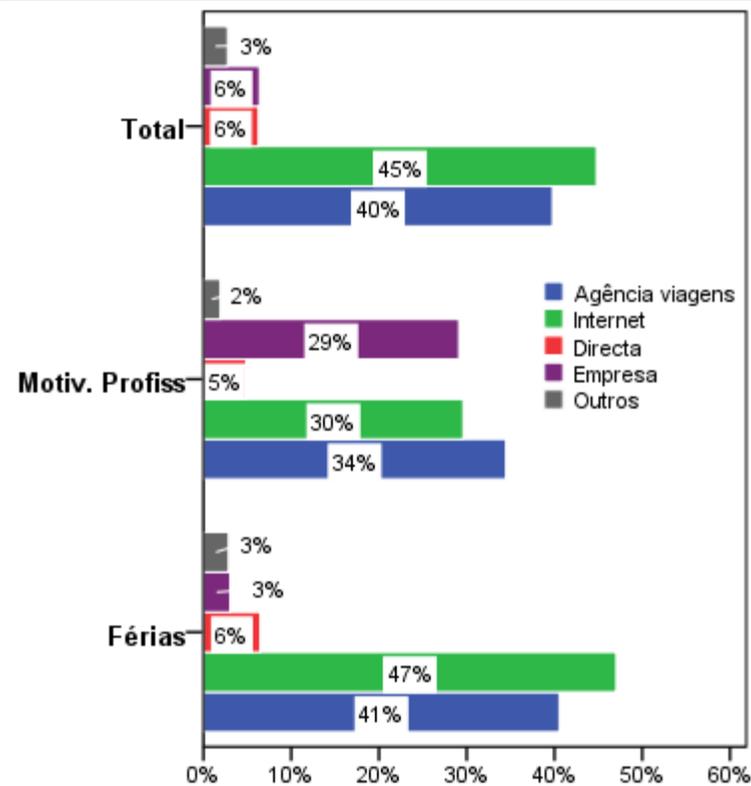


Quando questionados sobre as 3 últimas viagens 62% dos visitantes identifica essas três viagens, 12% identifica duas viagens e 9% apenas uma viagem; apenas 18% dos inquiridos não refere nenhum local visitado; observa-se também que esta indicação dos três destinos visitados tem maior incidência naqueles que se deslocam por motivos profissionais (68%) em comparação com os que vêm por motivos pessoais (62%). Os visitantes que identificaram locais visitados referiram que o fizeram essencialmente em férias, verificando-se que 84% das 3 últimas viagens foram efectuadas por este motivo.



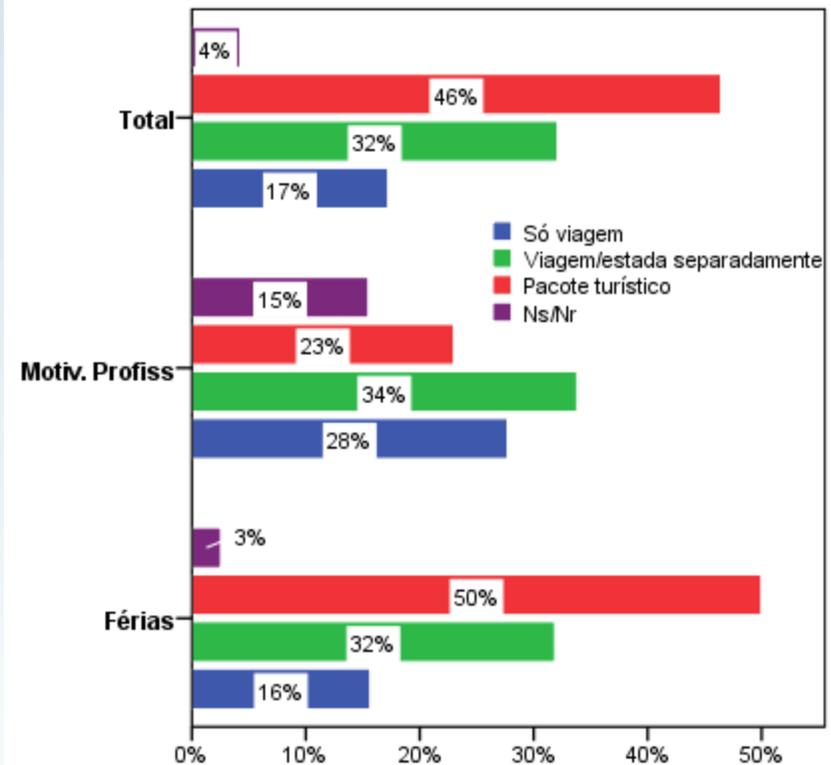
Caracterização desta viagem à Madeira

Forma de aquisição



A viagem à Madeira foi adquirida preferencialmente pela internet (45%), seguida da agência de viagens (40%); para o grupo que visitou a Madeira em férias esta diferença é semelhante à anterior, no entanto para o grupo que veio por motivos profissionais a agência de viagens predomina (34%) sobre a internet (30%), sendo ainda muito referido a marcação pela empresa (29%).

Características da compra

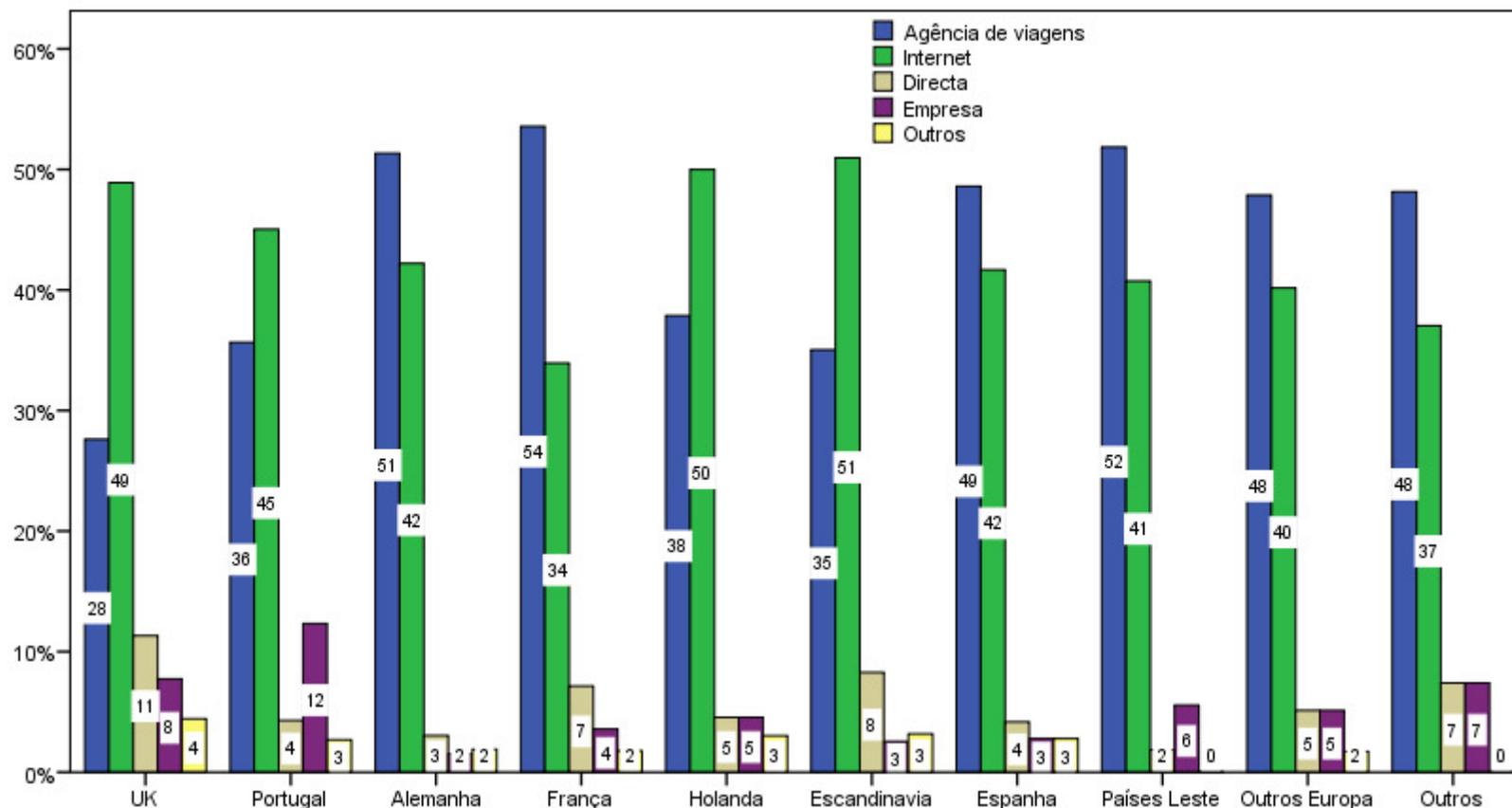


Os visitantes adquirem preferencialmente um pacote turístico (46%) e a viagem/estada separadamente (32%); no entanto se considerarmos a motivação desta visita à Madeira, observam-se diferenças entre os dois grupos, já que os que visitaram o destino por motivos profissionais compraram a viagem/estada separadamente (34%) ou só a viagem (28%).



Caracterização desta viagem à Madeira

Forma de aquisição



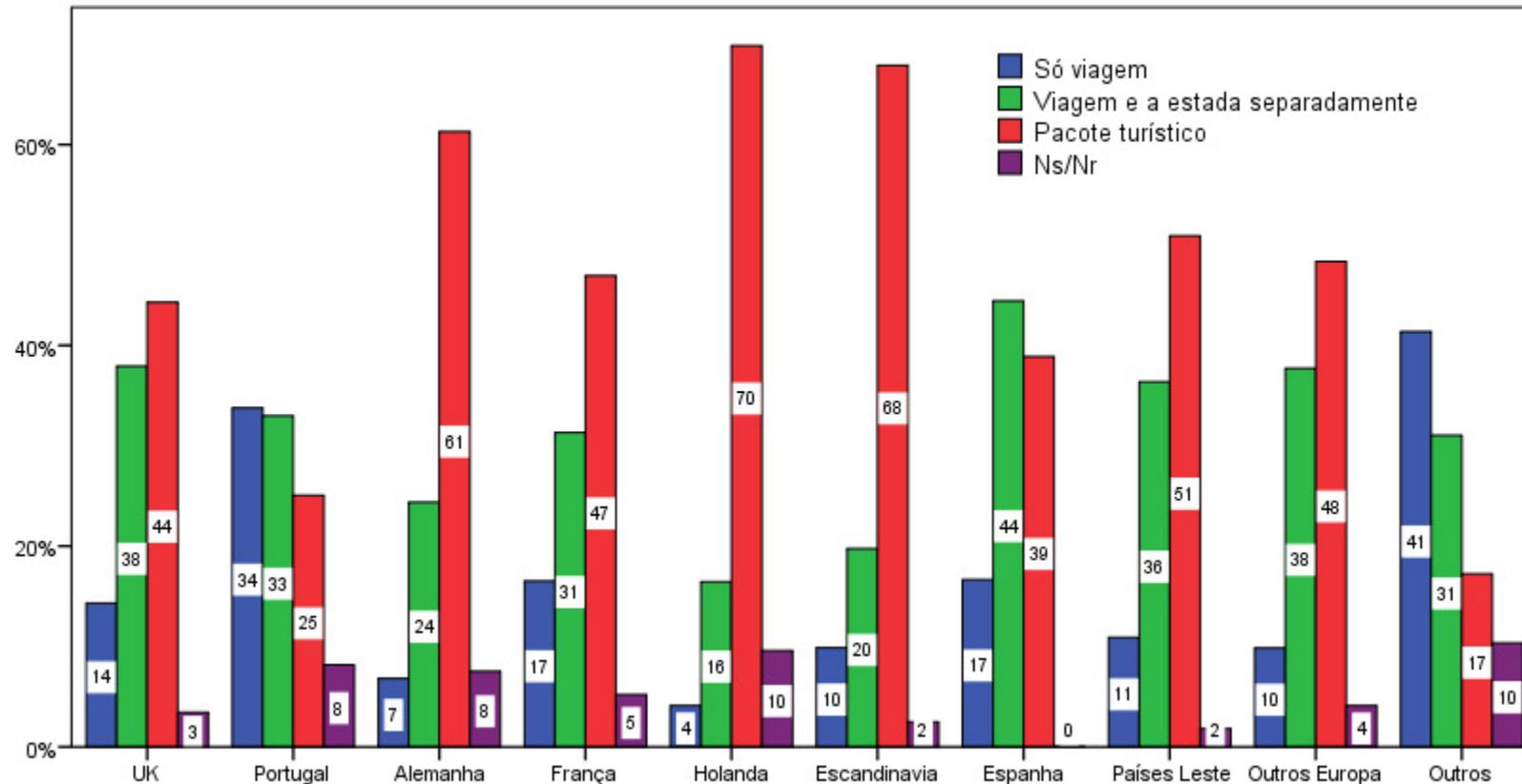
Comparando a forma de aquisição por mercado verifica-se que os visitantes provenientes do:

- Reino Unido (49%), Portugal (45%), Holanda (50%) e Escandinávia (51%) optaram pela compra via internet
- Alemanha (51%), França (54%), Espanha (49%), Países de Leste (52%) e Outros Países (48%) preferiram comprar na Agência de Viagens
- Reino Unido (28%) e Escandinávia (35%) são os que menos recorreram a Agência de Viagens



Caracterização desta viagem à Madeira

Características da compra



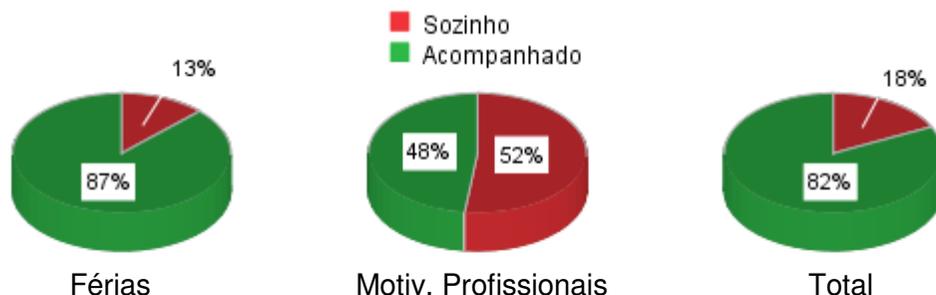
Observam-se também diferenças por mercado em relação às características da compra:

- Os Portugueses compram só a viagem ou viagem/estada separadamente; apenas 25% diz ter comprado pacote turístico
- Os Ingleses compram o pacote turístico (44%), mas também optam bastante pela aquisição da viagem/estada separadamente (38%)
- Os Alemães (61%), Holandeses (70%) e Escandinavos (68%) compram maioritariamente pacotes turísticos
- Os espanhóis optam pela compra da viagem/estada separadamente (44%) ou pacote turístico (39%)
- Os restantes países têm um comportamento semelhante ao Inglês



Caracterização desta viagem à Madeira

Com quem Viaja



Os visitantes da Madeira viajam maioritariamente acompanhados (82%); no entanto os que se deslocam por motivos profissionais, tanto viajam sozinhos (52%) como acompanhados (48%) essencialmente por colegas de trabalho; o grupo de lazer férias viaja acompanhado (87%) pelo cônjuge e/ou filhos.

Dimensão média do grupo de viagem

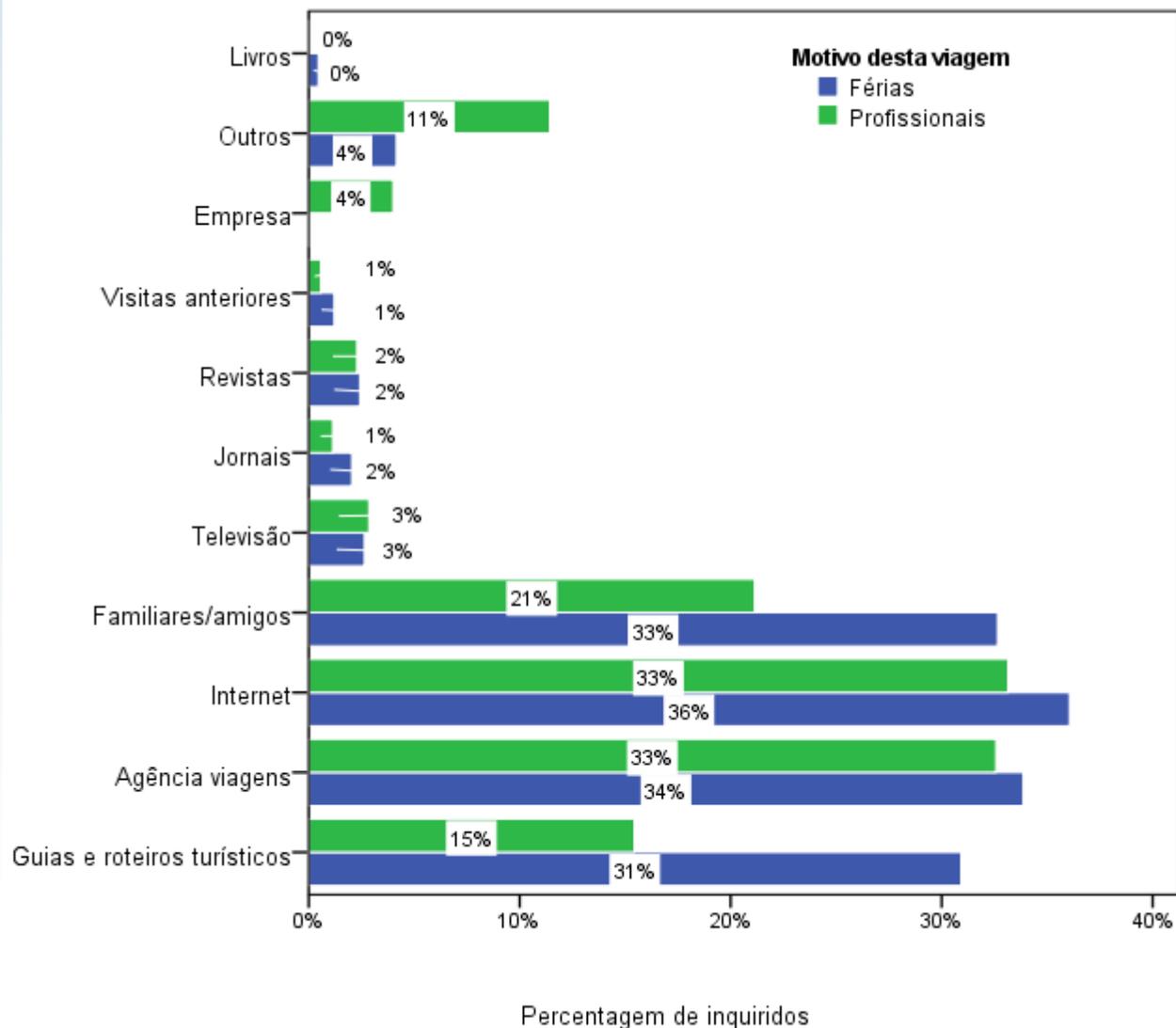
	Global	Outros Europa	Portugal	Espanha	Outros	Países Leste	França	Alemanha	Holanda	Escandinávia	UK	Não pacote	Pacote
Inclui Sozinhos	2,70	5,15	2,71	3,50	2,88	2,00	2,46	2,15	2,11	2,30	2,62	2,50	2,84
Exclui Sozinhos	3,08	6,53	3,55	4,07	3,25	2,34	2,76	2,37	2,33	2,48	2,72	2,95	3,11
Diferença	0,38	1,38	0,84	0,57	0,37	0,34	0,30	0,22	0,22	0,18	0,10	0,45	0,27

A dimensão média dos grupos que visitam a Madeira varia com o tipo de aquisição e com o mercado, sendo menor nos Países de Leste, Alemanha e Holanda, e maior na Espanha e outros Países da Europa; é também mais elevada para os que compram um pacote turístico. Quanto maior a diferença entre as médias dos grupos com e sem aqueles que viajam sozinhos, maior é a incidência de turistas que viajam sozinhos. Os resultados indicam que essa diferença é maior nos Outros Países da Europa, Portugal e Espanha (estes têm mais tendência a viajarem sozinhos) e menor na Escandinávia e Reino Unido (viajam mais em grupo).



Caracterização desta viagem à Madeira

Meios de obtenção de informação sobre a Madeira



Os visitantes obtêm informação sobre a Madeira através da Internet, Agência de Viagens, familiares/amigos e guias e roteiros turísticos. Os que se deslocam por motivos profissionais, procuram no entanto a informação na internet e agência de viagens e recorrem menos a guias e roteiros turísticos e familiares/amigos, do que aqueles que vieram em férias.



Caracterização desta viagem à Madeira

Meios de obtenção de informação sobre a Madeira

	UK	Portugal	Alemanha	França	Holanda	Escandinávia	Espanha	Países Leste	Outros Europa	Outros
Agência viagens	20,7%	37,9%	40,8%	40,8%	32,8%	34,0%	37,5%	50,0%	34,5%	16,7%
Internet	36,3%	27,9%	34,6%	22,3%	56,7%	43,8%	51,4%	37,0%	35,4%	37,5%
Familiares/amigos	30,8%	37,9%	28,5%	28,2%	19,4%	34,6%	16,7%	27,8%	26,5%	62,5%
Guias e roteiros turísticos	33,4%	17,6%	34,6%	35,0%	37,3%	24,8%	29,2%	37,0%	35,4%	8,3%
Televisão	3,5%	2,1%	3,1%	1,9%	1,5%	2,6%	1,4%	7,4%	,9%	4,2%
Jornais	3,2%	1,2%	1,5%	1,9%	1,5%	3,3%				
Revistas	2,9%	1,2%	1,9%	1,9%	4,5%	4,6%	2,8%	1,9%	2,7%	
Visitas anteriores	3,2%	0,6%				2,0%	1,4%			
Através da empresa	0,3%	1,8%								
Livros	1,2%		0,4%							
Outros	6,1%	5,2%	4,6%	3,9%	6,0%	3,9%	2,8%	3,7%	5,3%	8,3%

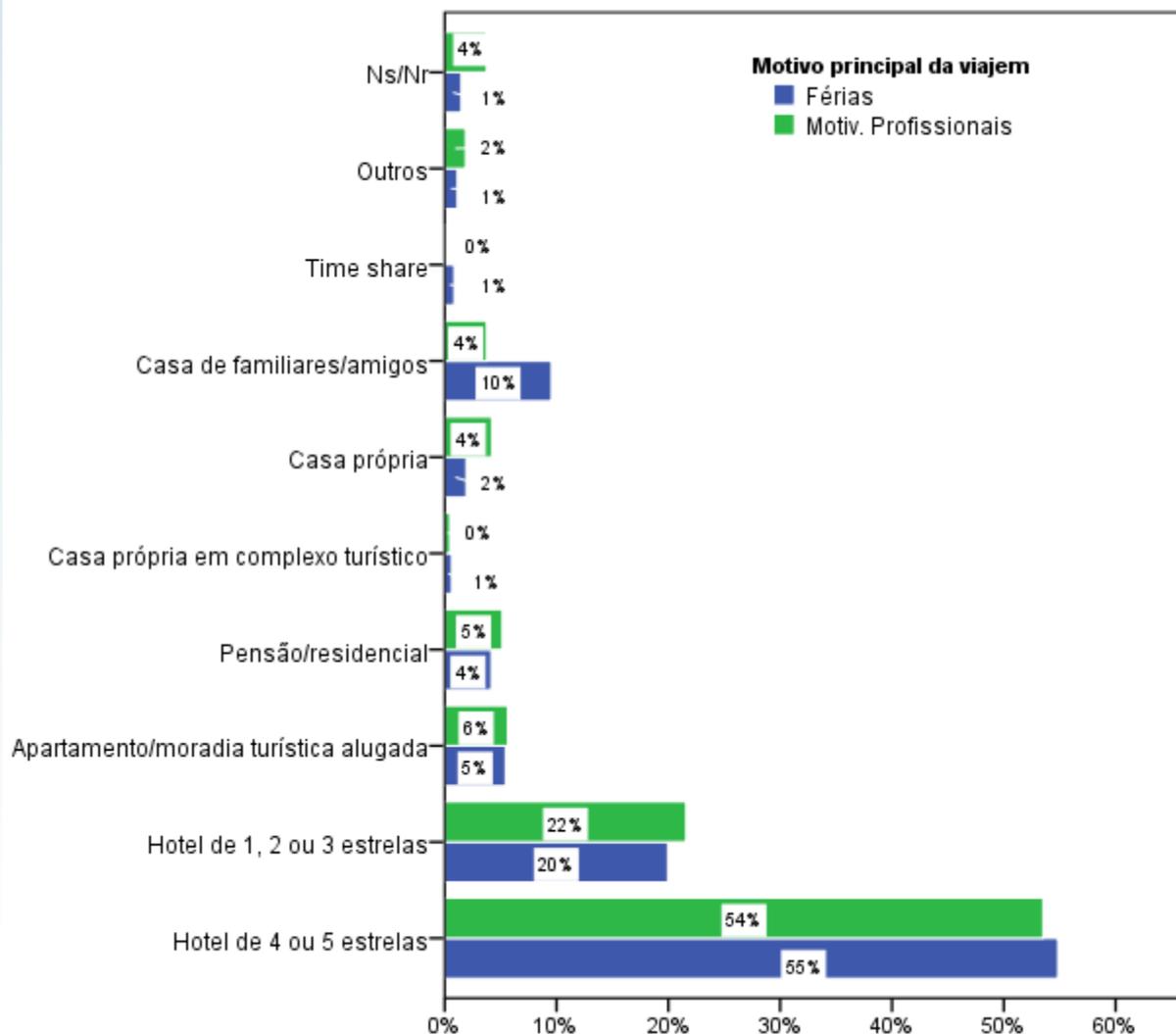
Os diferentes mercados procuram informação sobre a Madeira nos meios indicados no diapositivo anterior, no entanto observam-se algumas diferenças em relação ao meio mais utilizado:

- Os Alemães, Franceses e Países de Leste apontam a agência de viagens como meio preferido
- Os Holandeses, Espanhóis e Escandinavos usam mais a internet
- Os Portugueses recorrem à Agência de Viagem, internet e familiares/amigos
- Os Ingleses usam mais a internet, familiares/amigos e guias e roteiros turísticos

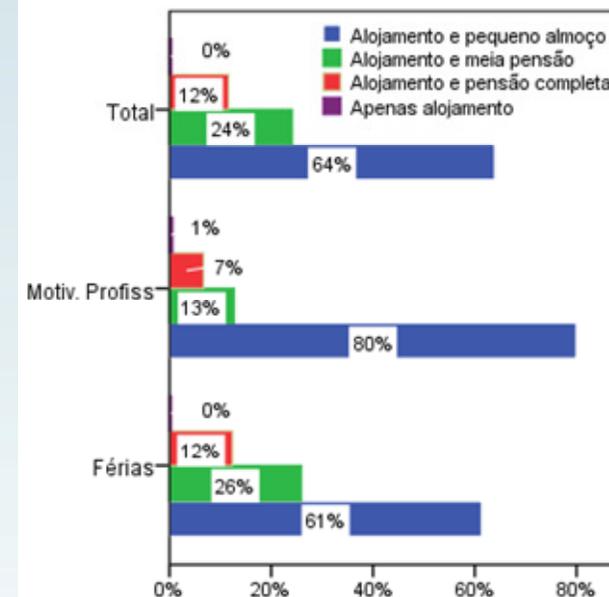


Caracterização desta viagem à Madeira

Local de alojamento



Regime alojamento



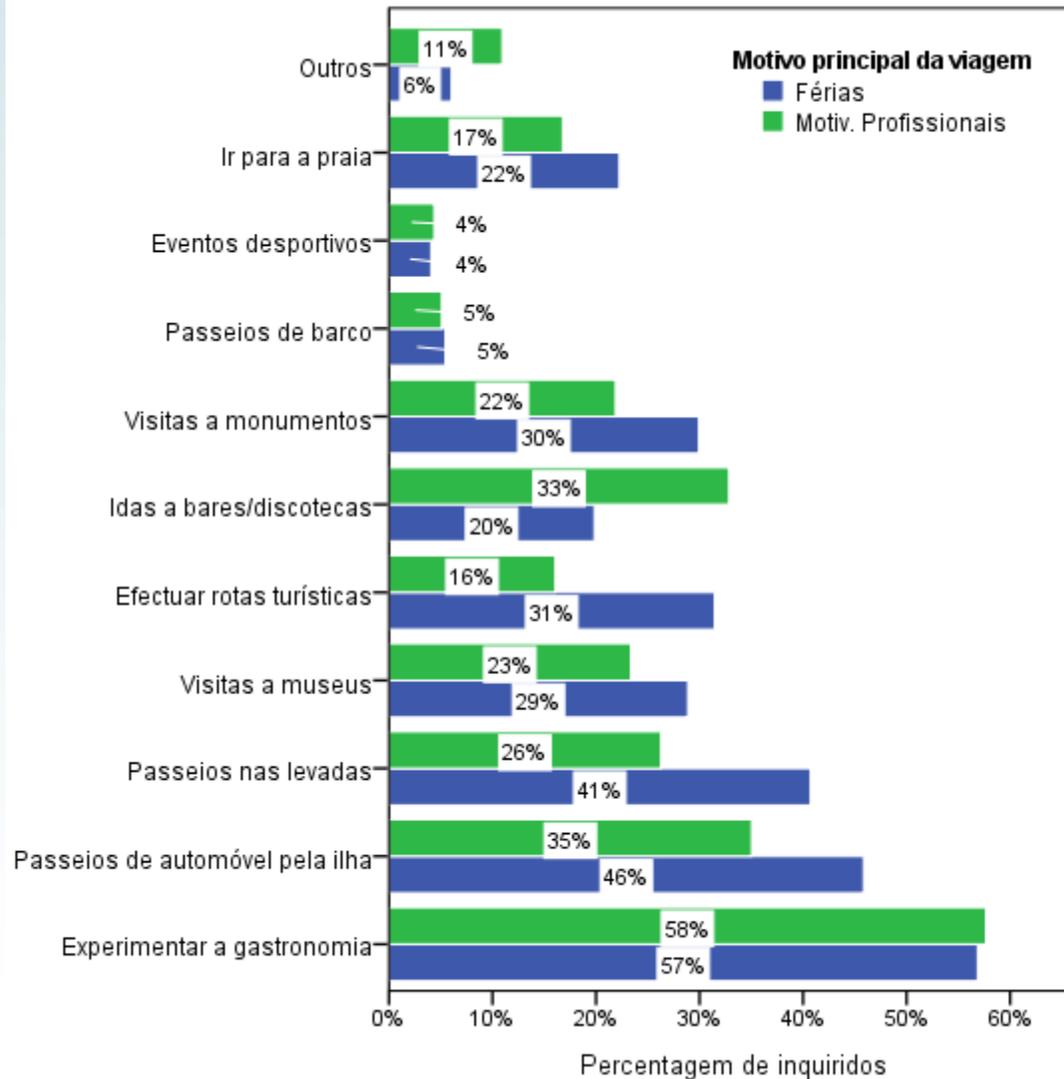
Os visitantes da Madeira ficam alojados maioritariamente em Hotéis de 4 ou 5 estrelas (55%) e em Hotéis de 1, 2 ou 3 estrelas (21%); verifica-se ainda uma preponderância de casa de família e amigos no grupo dos que visitam a Madeira em férias.

O regime de alojamento utilizado é o de alojamento e pequeno almoço (64%), sendo esta incidência maior no grupo que visita por motivos profissionais (80%).



Caracterização desta viagem à Madeira

Actividades praticadas na Madeira



As actividades mais referidas são experimentar a gastronomia, passear de automóvel pela ilha e nas levadas; com menor grau referência surgem as visitas a museus e monumentos, as rotas turísticas, as idas a bares e discoteca e à praia.

Os visitantes em férias apresentam maiores percentagens o que indica que realizam mais actividades que os que vêm em negócios, excepto nas idas a bares e discotecas e na gastronomia, que são mais referidas por este grupo.



Caracterização desta viagem à Madeira

Actividades praticadas na Madeira

	UK	Portugal	Alemanha	França	Holanda	Escandinávia	Espanha	Países Leste	Outros Europa	Outros
Passeios nas levadas	43,1%	15,8%	51,0%	38,7%	57,6%	50,0%	37,3%	49,0%	37,6%	42,3%
Passeios de automóvel pela ilha	28,4%	51,0%	55,1%	48,6%	47,5%	37,3%	64,2%	52,9%	44,0%	57,7%
Visitas a museus	28,4%	18,1%	30,6%	36,9%	45,8%	28,7%	32,8%	41,2%	24,8%	26,9%
Efectuar rotas turísticas	31,3%	28,5%	34,3%	26,1%	15,3%	20,7%	46,3%	35,3%	34,9%	19,2%
Idas a bares/discotecas	17,5%	35,2%	10,6%	19,8%	11,9%	19,3%	19,4%	33,3%	18,3%	34,6%
Visitas a monumentos	29,6%	24,8%	26,1%	33,3%	30,5%	20,7%	47,8%	41,2%	35,8%	34,6%
Passeios de barco	2,3%	8,1%	4,9%	5,4%	5,1%	5,3%	10,4%	3,9%	4,6%	15,4%
Eventos desportivos	3,7%	1,7%	6,1%	1,8%	5,1%	4,0%	1,5%	7,8%	7,3%	11,5%
Experimentar a gastronomia	64,7%	52,7%	46,5%	45,0%	44,1%	66,0%	65,7%	76,5%	54,1%	80,8%
Ir para a praia	17,2%	13,1%	33,5%	18,9%	15,3%	22,0%	10,4%	45,1%	33,0%	30,8%
Outros	8,3%	5,4%	3,7%	6,3%	5,1%	12,0%	4,5%	3,9%	2,8%	19,2%

As actividades preferidas também variam com o mercado:

- Os Ingleses referem mais os passeios nas levadas, as rotas turísticas e a gastronomia
- Os Portugueses preferem os passeios de automóvel, as rotas turísticas e a gastronomia
- Os Alemães optam pelos passeios nas levadas, touring, as rotas turísticas, a praia e a gastronomia
- Os Franceses e holandeses fazem passeios nas levadas, touring, visita museus/monumentos e gastronomia
- Os Escandinavos praticam passeios nas levadas, touring e gastronomia
- Os Espanhóis e Outros Países da Europa referem passeios nas levadas, rotas turísticas, touring, visitas a monumentos e gastronomia
- Os Países de Leste são os mais activos



Caracterização desta viagem à Madeira

Duração da estada na Madeira em noites

Mercado	Média de Noites
Portugal	6,97
Espanha	7,35
Países Leste	7,84
Holanda	8,53
Alemanha	8,70
Escandinávia	8,85
UK	8,87
França	9,17
Outros	9,26
Outros Europa	10,22
Total	8,42

Tipo de alojamento	Média de Noites
Hotel de 1, 2 ou 3 estrelas	6,49
Pensão/residencial	7,63
Hotel de 4 ou 5 estrelas	7,75
Apartamento/moradia turística própria em complexo turístico	9,36
Casa de familiares/amigos	10,68
<i>Time share</i>	10,92
Apartamento/moradia turística alugada	13,02
Casa própria não incluída em complexo turístico	14,42

A duração média da estada na Madeira é de 8,42 noites, variando consoante o mercado. Os que permanecem mais tempo são os turistas dos Outros Países da Europa, França, Reino Unido, Escandinávia e Alemanha, enquanto que os que ficam menos tempo são os Portugueses e Espanhóis.

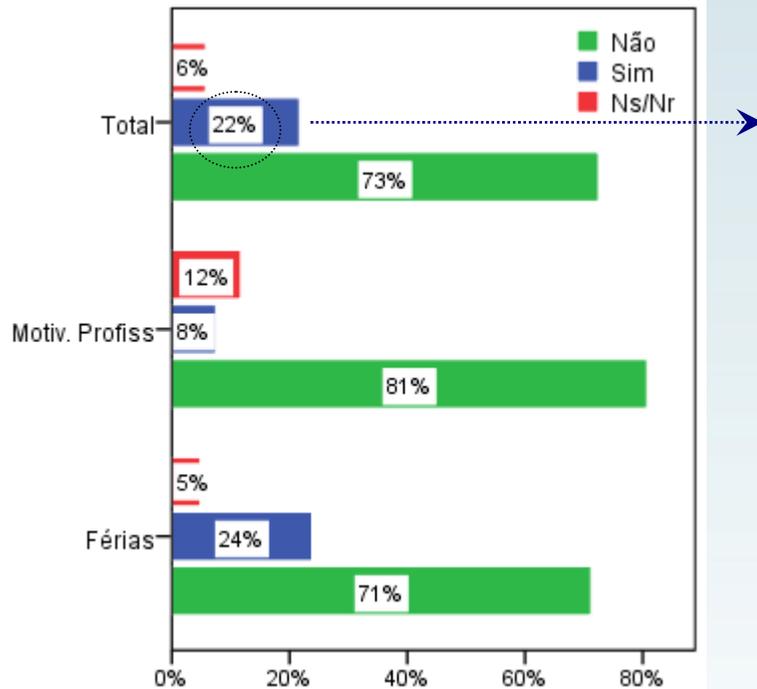
Comparando a duração da estada com o tipo de alojamento esta também varia, observando-se menores tempos de permanência para hotel de 1, 2 ou 3 estrelas, pensão/residencial e hotel de 4 ou 5 estrelas; os maiores valores observam-se para os que têm casa própria não incluída em complexo turístico e casa alugada.

Obteve-se também, a duração média em função do tipo de aquisição da viagem, verificando-se que os visitantes que não compram pacote turístico ficam em média 8,18 noites e os que compram pacote permanecem mais tempo, tendo-se obtido uma média de 8,41 noites.



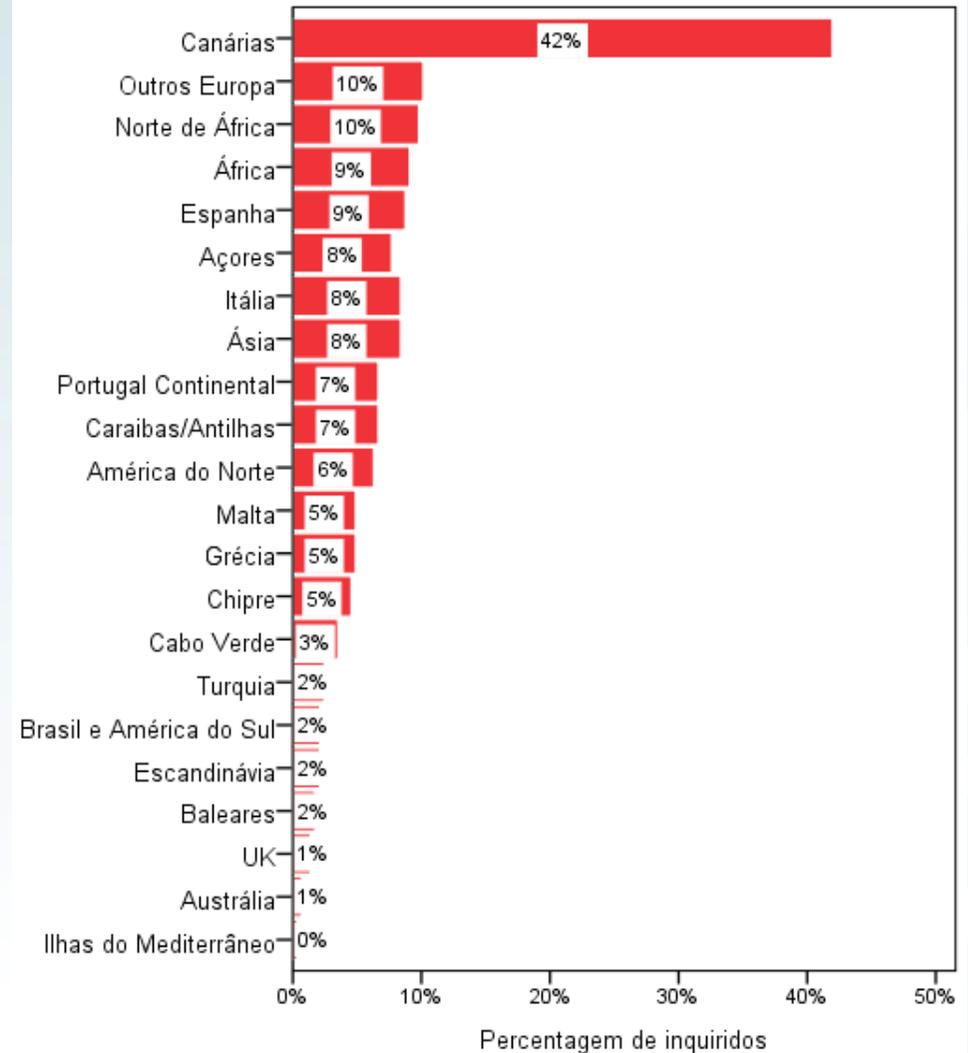
Processo de decisão de compra desta viagem

Considerou destinos alternativos



A grande maioria dos visitantes não considerou destinos alternativos; apenas 22% o fizeram, sendo esta taxa de incidência mais acentuada nos que vieram de férias. Estes 22% apontaram como destinos alternativos em destaque as Canárias, seguido em menor grau da África e Norte de África, Espanha, Açores, Itália e Ásia.

Destinos alternativos





Processo de decisão de compra desta viagem

Razões de opção pela Madeira

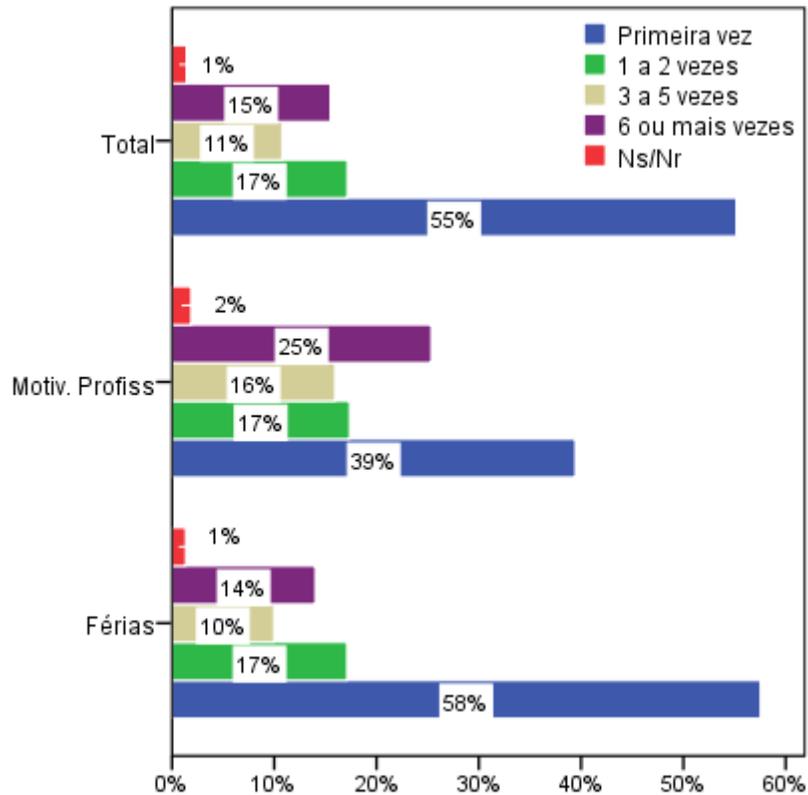
Categorias	%	Categorias	%
Clima/Tempo	23,2%	Tranquilidade/Calma	2,6%
Natureza/Paisagem	18,2%	Gastronomia	2,3%
Família/amigos	8,1%	Hospitalidade	2,3%
Para conhecer/Variar	7,1%	Motivos profissionais	2,1%
Proximidade/Duração do voo	6,0%	Hotel	2,1%
Para rever	5,3%	Natureza/Flora	1,9%
Preços mais acessíveis	4,7%	Tenho <i>timeshare</i>	1,2%
Passeios/Levadas	3,5%	Outras	9,5%

Os visitantes que consideraram outros destinos escolheram a Madeira essencialmente devido ao clima/tempo, natureza/paisagem e devido a recomendação de familiares e amigos.



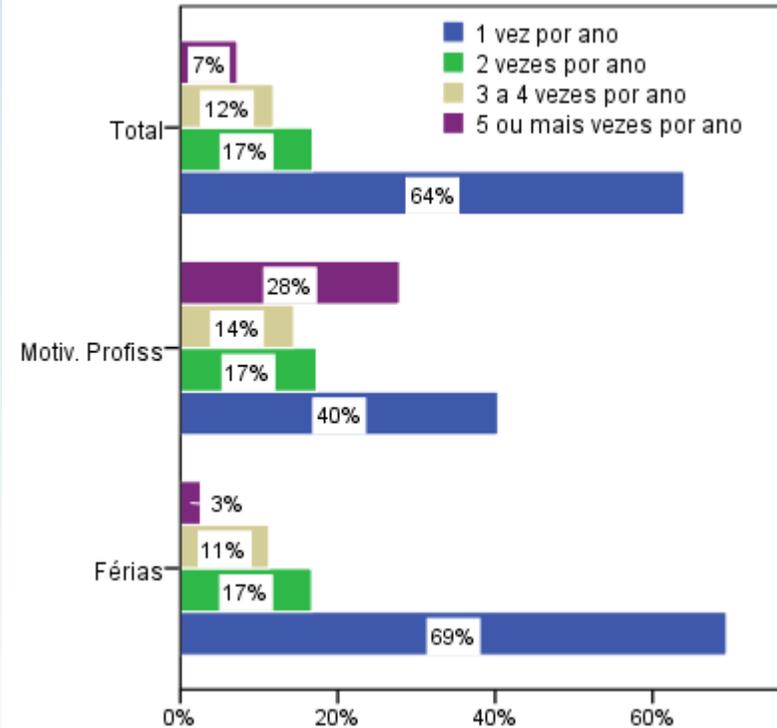
Relação com a Madeira

Nº vezes que já visitou a Madeira



55% indica que vem à Madeira pela 1ª vez, sendo esta tendência mais acentuada no grupo em férias (58%) e bastante menor no grupo em negócios (39%); neste último grupo 25% declaram ter estado na Madeira 6 ou mais vezes.

Nº visitas à Madeira por ano em média



Os visitantes que já tinham estado na Madeira várias vezes, indicam na sua maioria que vêm a este destino em média uma vez por ano (64%), sendo este valor ainda mais elevado (69%) para os turistas em férias; os que se deslocam por motivos profissionais são visitantes muito mais frequentes (40% vem uma vez, mas 28% declara vir 5 ou mais vezes)



Relação com a Madeira

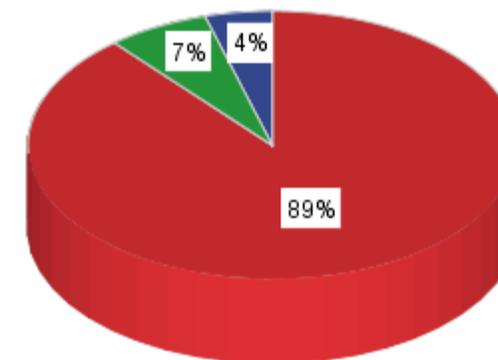
Nº vezes que já visitou a Madeira

	UK	Portugal	Alemanha	França	Holanda	Escandinávia	Espanha	Países Leste	Outros Europa	Outros
Primeira vez	48,8%	39,6%	64,2%	66,1%	65,8%	50,0%	83,3%	65,5%	66,4%	62,1%
1 a 2 vezes	21,2%	16,4%	12,5%	10,4%	19,2%	19,8%	9,7%	23,6%	21,3%	10,3%
3 a 5 vezes	10,1%	15,3%	12,2%	6,1%	4,1%	12,3%	4,2%	9,1%	6,6%	17,2%
6 ou mais vezes	18,6%	27,2%	9,0%	13,9%	9,6%	16,0%	2,8%	1,8%	4,1%	10,3%
Ns/Nr	1,3%	1,6%	2,2%	3,5%	1,4%	1,9%			1,6%	

Os visitantes mais frequentes da Madeira são os Portugueses, Ingleses e Escandinavos. Os menos frequentes são os Espanhóis (83,3% é a primeira vez que está na Madeira), enquanto os restantes mercados apresentam um comportamento intermédio (percentagem de 1ª visita de 64% a 66%).

Quando questionados se tinham visitado outras ilhas durante a visita à Madeira apenas 7% disseram tê-lo feito, indicando todos eles a ilha de Porto Santo; destes 7% a grande maioria estava na Madeira em Férias.

Visitou outras ilhas nesta viagem

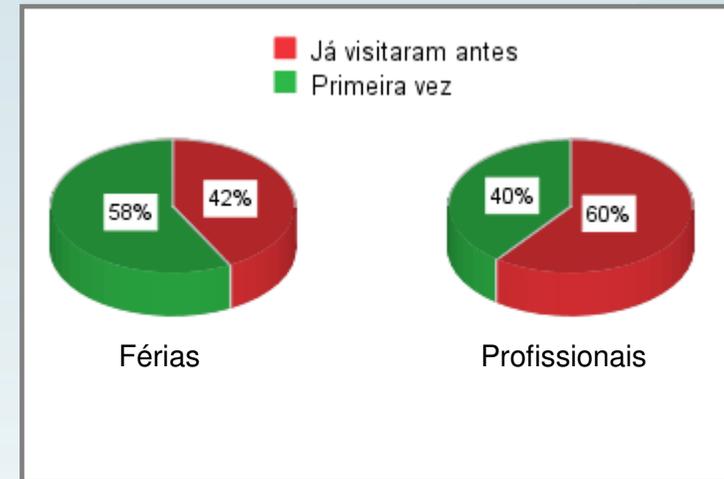
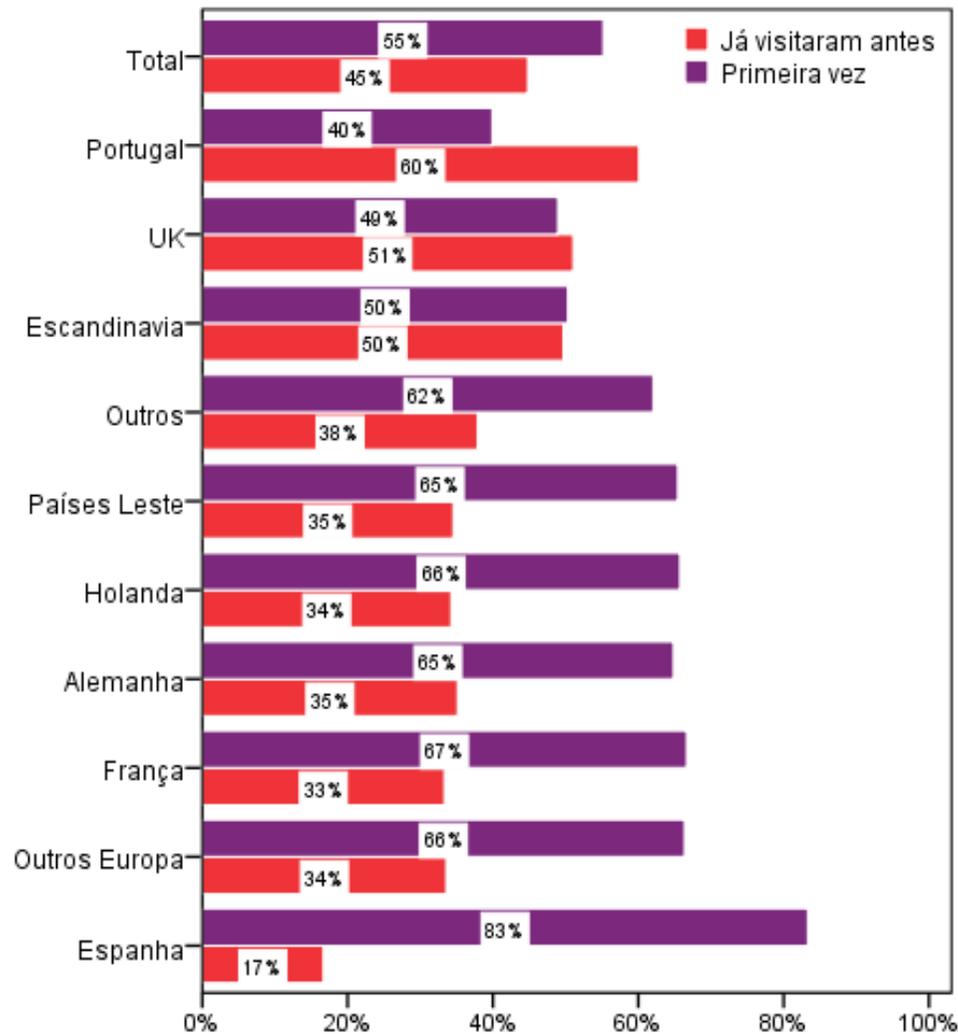


■ Permaneci sempre na Madeira
■ Visitei outras ilhas
■ Ns/Nr



Relação com a Madeira

Reincidência de visita à Madeira



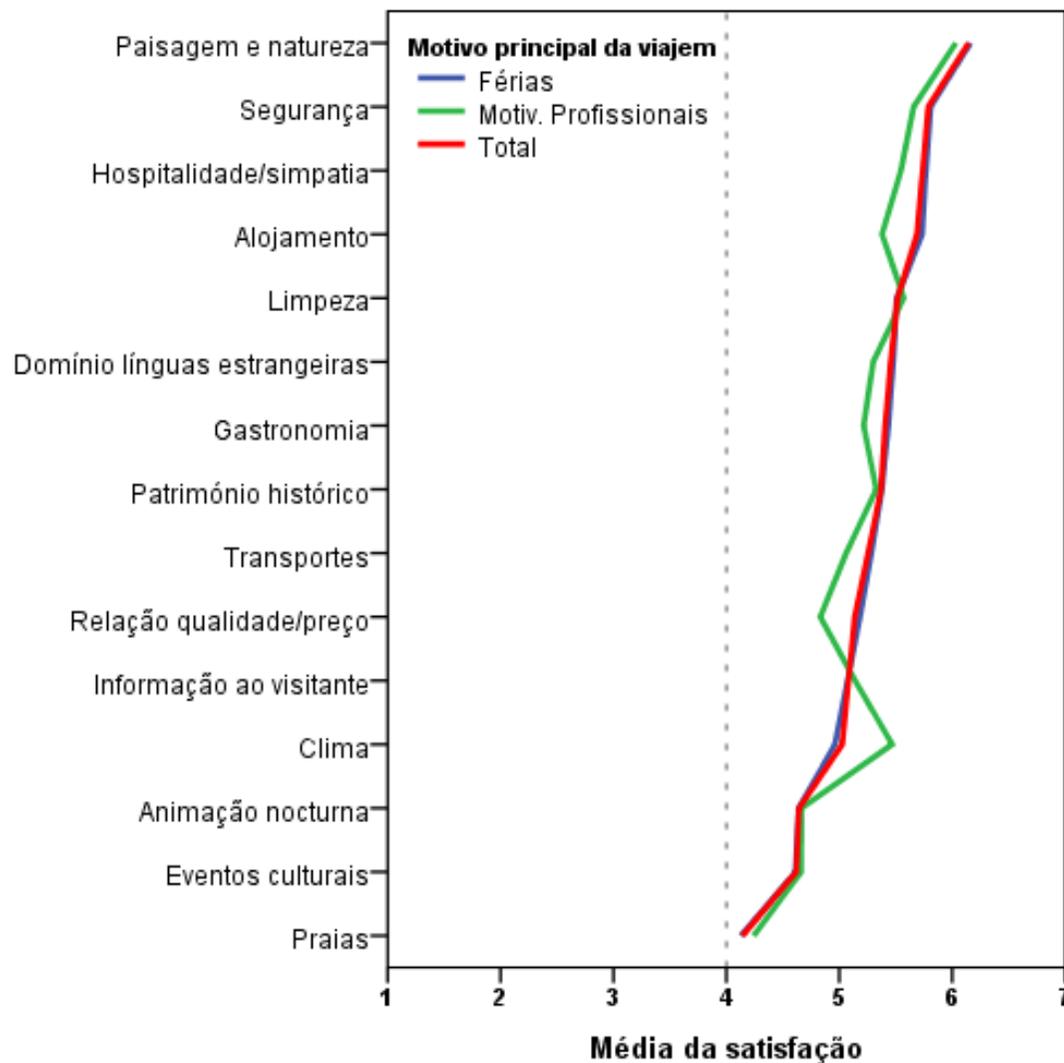
Portugal e Reino Unido são os mercados em que a percentagem de não repetentes é superior à dos estreados; para a Escandinávia a percentagem de repetentes e não repetentes é praticamente igual (50%). Pelo contrário, para os restantes mercados, a taxa de repetição da visita é menor, em especial para a Espanha em que se observam 83% de não repetentes

Para os que vêm por motivos profissionais a taxa de repetição é também maior (60%), quando comparada com os que se deslocaram em férias (42%)



Satisfação com esta visita à Madeira

Satisfação com a Madeira



Pediu-se aos visitantes para avaliar a sua satisfação com a visita à Madeira, numa escala de 1 (Muito insatisfeito) a 7 (Muito satisfeito), de vários atributos do destino. Os valores médios obtidos estão todos acima de 4, o que significa que se situam no lado positivo da satisfação. No entanto existem alguns atributos que estão muito perto deste limite, como as praias, eventos culturais, animação nocturna e clima, o que significa uma satisfação menor com os mesmos, verificando-se que muitos turistas pontuaram estes itens com valores de 1, 2 ou 3.

A percepção menos positiva do clima, que é indicado como uma factor decisivo na escolha do destino, deverá estar associado ao mau tempo que este ano se fez sentir na ilha no mês de Dezembro, que provocou inclusivamente o encerramento do Aeroporto e o cancelamento e atraso de vários voos.

Os cinco atributos com melhor satisfação são: paisagem/natureza, segurança, hospitalidade, alojamento e limpeza.

Comparando ainda os visitantes em férias com os de negócios, observa-se que não existem diferenças acentuadas, embora o grupo dos que se deslocam por motivos profissionais indique menor satisfação em vários atributos (natureza, segurança, alojamento, domínio línguas, gastronomia, património, transportes e relação qualidade/preço).



Satisfação com esta visita à Madeira

Satisfação com a Madeira

	UK	Portugal	Alemanha	França	Holanda	Escandinávia	Espanha	Países Leste	Outros Europa	Outros
Paisagem e natureza	6,3	6,2	5,9	5,8	6,5	6,3	6,4	6,2	5,8	6,6
Segurança	5,7	5,9	5,7	5,6	6,0	5,9	5,9	5,8	5,6	6,3
Hospitalidade/simpatia	5,9	5,6	5,4	5,6	6,0	5,9	6,1	5,7	5,7	6,0
Alojamento	5,9	5,7	5,5	5,6	6,0	5,6	5,6	5,5	5,4	6,2
Limpeza	5,9	5,8	5,1	5,1	5,7	5,4	5,6	5,1	5,0	5,9
Domínio línguas estrangeiras	5,8	5,4	5,3	5,0	5,7	5,4	5,3	5,3	5,2	6,0
Gastronomia	5,4	5,6	5,1	5,3	5,4	5,2	5,6	5,5	5,3	5,8
Património histórico	5,5	5,6	5,1	5,1	5,4	5,2	5,3	5,5	5,1	5,9
Transportes	5,5	5,1	5,0	5,0	5,6	5,5	4,9	5,6	4,9	5,5
Relação qualidade/preço	5,2	4,8	5,1	5,4	5,8	5,1	5,3	5,2	5,3	5,0
Informação ao visitante	5,4	5,2	4,8	4,7	5,2	5,0	5,3	4,8	4,8	5,3
Clima	4,9	5,6	4,9	4,4	5,1	4,8	5,0	5,5	4,6	5,6
Animação nocturna	4,6	5,0	4,4	4,7	4,6	4,3	4,4	4,8	4,3	5,2
Eventos culturais	4,9	4,7	4,3	4,2	5,0	4,6	4,9	4,3	4,0	5,4
Praias	4,0	4,6	4,2	3,7	3,8	3,9	3,4	4,7	3,8	4,5

A avaliação da satisfação com a visita à Madeira por mercado apresenta também uma tendência de variação semelhante à definida no diapositivo anterior, sendo mais valorados os mesmos atributos. Em termos globais os turistas da França, da Alemanha e do grupo dos Outros Países da Europa são os menos satisfeitos, enquanto os da Holanda, do Reino Unido e de Portugal são os mais satisfeitos



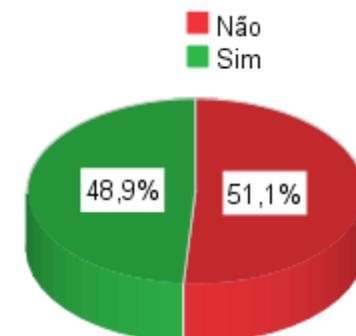
Gastos nesta visita à Madeira

Custos do pacote turístico

Mercado	Custo médio do pacote	Duração média do pacote	Dimensão média do grupo	Custo médio do pacote/pessoa/dia
França	1.740 €	6,50	2,10	127,4 €
Espanha	1.258 €	5,47	2,05	112,2 €
Outros Europa	1.500 €	7,21	1,88	110,6 €
Alemanha	1.538 €	8,29	1,98	93,7 €
Países Leste	1.230 €	7,23	1,86	91,5 €
Escandinávia	1.308 €	7,67	1,89	90,2 €
UK	1.565 €	9,51	2,02	81,5 €
Holanda	1.355 €	8,72	1,92	81,0 €
Portugal	909 €	6,44	2,05	68,9 €
Total	1.407 €	7,96	1,98	89,3 €

Os visitantes que adquiriram um pacote turístico foram questionados sobre as características do pacote (custo, duração e para quantas pessoas). Com base nas respostas obtidas estimou-se o consumo médio, a duração média do pacote e a dimensão média do grupo por mercado. Os valores obtidos para estes parâmetros foram utilizados para estimar o custo médio diário do pacote por pessoa. Os resultados indicam que este custo é maior para os Franceses (127€), Espanha (112€) e Outros Países da Europa (111€). Portugal apresenta o menor valor para este indicador (69€), seguido da Holanda (81€) e Reino Unido (82€).

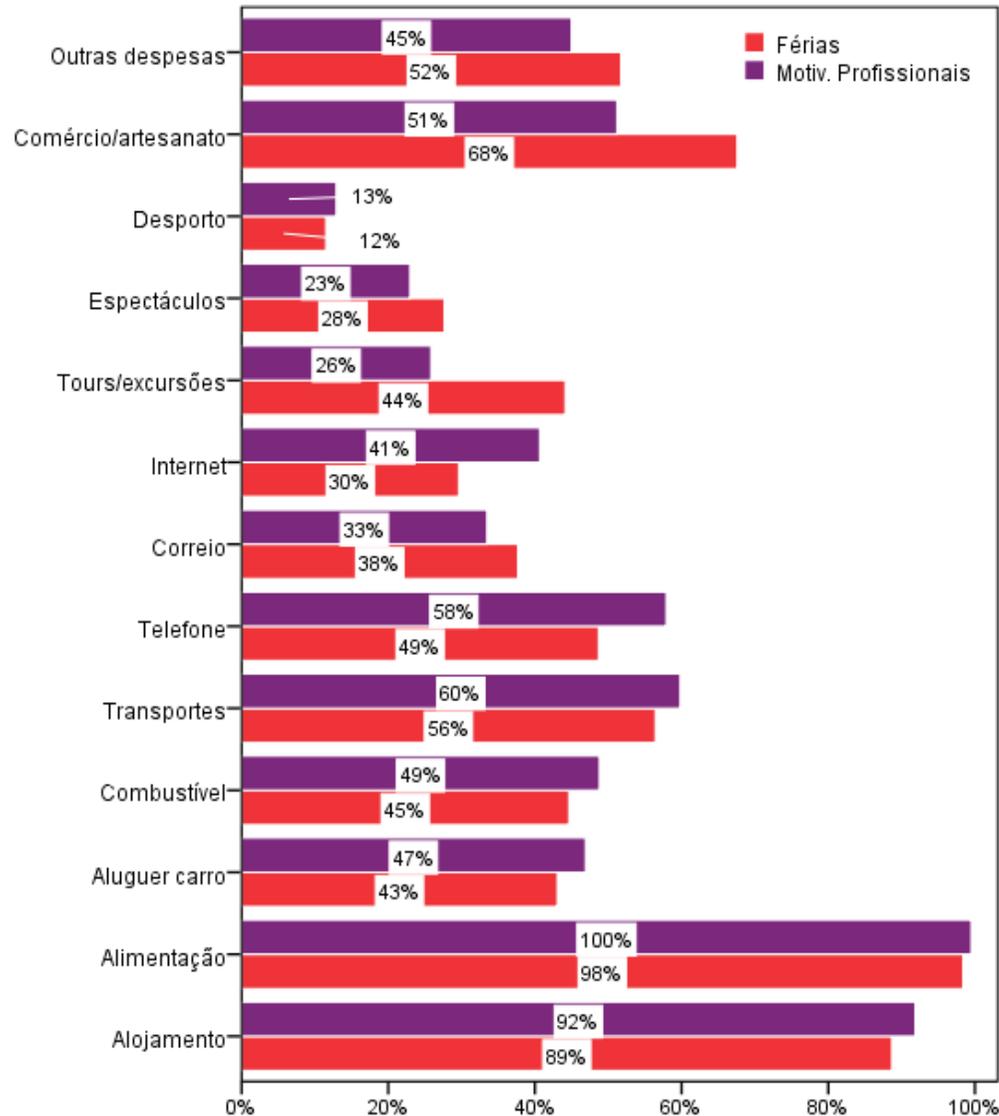
Comrou pacote turístico





Gastos nesta visita à Madeira

Áreas em que efectuou despesa



Para estimar o gasto turístico solicitou-se aos visitantes para indicarem as áreas onde efectuaram despesa na visita à Madeira.

Quase a totalidade (98%) referiu consumos em alimentação, 89% em alojamento, 65% em artesanato/comércio, 57% em transportes e 51% em outras despesas.

Os que visitam por motivos profissionais indicam mais incidência de consumo na grande maioria das áreas, excepto para o correio, tours/excursões, actividades culturais, comércio e outras despesas.



Gastos nesta visita à Madeira

Áreas em que efectuou despesa

	Global	UK	Portugal	Alemanha	França	Holanda	Escandinávia	Espanha	Países Leste	Outros Europa	Outros
Alojamento	89,0%	91,8%	75,3%	95,3%	86,1%	90,4%	96,3%	94,4%	94,5%	96,7%	77,8%
Alimentação	98,4%	99,7%	97,1%	98,5%	94,8%	95,9%	100,0%	100,0%	100,0%	99,2%	96,3%
Aluguer carro	43,6%	26,3%	45,3%	58,5%	53,0%	43,8%	37,0%	59,2%	52,7%	43,4%	51,9%
Combustível	45,3%	27,1%	51,7%	57,1%	55,7%	43,8%	36,4%	59,2%	54,5%	43,4%	55,6%
Transportes	56,7%	63,9%	52,5%	50,5%	44,3%	60,3%	66,0%	60,6%	56,4%	55,7%	59,3%
Telefone	49,9%	37,9%	57,1%	48,0%	58,3%	38,4%	51,9%	54,9%	72,7%	48,4%	66,7%
Correio	36,9%	29,2%	25,7%	43,3%	47,0%	30,1%	54,3%	26,8%	60,0%	46,7%	40,7%
Internet	30,7%	22,3%	31,9%	31,6%	36,5%	16,4%	37,7%	32,4%	43,6%	36,9%	37,0%
Excursões	42,0%	47,5%	28,4%	42,9%	40,9%	35,6%	48,8%	46,5%	61,8%	50,0%	37,0%
Espectáculos	27,0%	23,3%	27,1%	27,6%	26,1%	34,2%	26,5%	31,0%	40,0%	22,1%	40,7%
Desporto	11,8%	9,3%	11,8%	11,6%	13,0%	9,6%	14,2%	11,3%	18,2%	12,3%	22,2%
Comércio	65,0%	63,9%	71,0%	45,1%	72,2%	54,8%	74,1%	80,3%	80,0%	63,9%	77,8%
Outras despesas	50,5%	43,8%	55,2%	50,5%	50,4%	38,4%	53,7%	49,3%	80,0%	49,2%	40,7%



Gastos nesta visita à Madeira

Gasto médio diário de um visitante na Madeira

Área	Global	Não pacote	Pacote
Alojamento	35,3 €	34,0 €	43,1 €
Alimentação	22,2 €	20,4 €	20,4 €
Aluguer automóvel	12,7 €	14,2 €	11,6 €
Combustível	2,6 €	2,9 €	2,4 €
Transportes	2,4 €	3,0 €	1,9 €
Telefone	1,0 €	1,1 €	0,9 €
Correio	0,4 €	0,4 €	0,4 €
Internet	0,7 €	0,7 €	0,7 €
Tours/excursões	3,6 €	3,6 €	3,7 €
Actividades culturais	3,4 €	3,3 €	3,7 €
Actividades desportivas	4,3 €	3,7 €	5,3 €
Artesanato/comércio	4,2 €	4,3 €	4,2 €
Outras despesas	7,8 €	8,0 €	8,2 €
Estimativa	100,5 €	99,6 €	106,6 €

Para estimar o gasto médio diário por turista utilizaram-se os seguintes ponderadores, obtidos com base nas respostas fornecidas pelos visitantes:

- Duração média da estada
 - Global = 8,42
 - Sem Pacote turístico = 8,18
 - Com pacote turístico = 8,41
- Dimensão média do grupo
 - Global = 2,70
 - Sem Pacote turístico = 2,50
 - Com pacote turístico = 2,84

Os resultados obtidos indicam um gasto médio diário de 100,5€, sendo este valor mais elevado nos que compraram pacote turístico (106,6€) e menor nos que não compraram (99,6€)



Gastos nesta visita à Madeira

Gasto total anual por área

Área	Total	Não pacote	Pacote
Alojamento (89,0%)	268.149.346 €	137.024.316 €	131.125.030 €
Alimentação (98,4%)	186.051.260 €	95.072.194 €	90.979.066 €
Aluguer automóvel (43,6%)	47.417.696 €	24.230.443 €	23.187.254 €
Combustível (45,3%)	9.963.278 €	5.091.235 €	4.872.043 €
Transportes (56,7%)	11.483.160 €	5.867.895 €	5.615.265 €
Telefone (49,9%)	4.234.553 €	2.163.856 €	2.070.696 €
Correio (36,9%)	1.247.836 €	637.644 €	610.192 €
Internet (30,7%)	1.706.475 €	872.009 €	834.466 €
Tours/excursões (42,0%)	12.976.605 €	6.631.045 €	6.345.560 €
Actividades culturais (27,0%)	7.825.282 €	3.998.719 €	3.826.563 €
Actividades desportivas (11,8%)	4.334.933 €	2.215.151 €	2.119.782 €
Artesanato/comércio (65,0%)	23.061.600 €	11.784.478 €	11.277.122 €
Outras despesas (50,5%)	33.730.299 €	17.236.183 €	16.494.116 €
Estimativa	612.182.323 €	312.825.167 €	299.357.156 €
Base extrapolação (nº turistas em 2008)	1.103.375	517.835	495.540

Para obter o gasto total anual utilizou-se como base de extrapolação as entradas de turistas em 2008, que foram de 1.103.375 turistas. Para obter o nº de turistas que compraram pacote e os que não compraram, utilizaram-se as percentagens obtidas neste estudo e apresentadas anteriormente:

- Não pacote = 51,1%
- Pacote = 48,9%



Gastos nesta visita à Madeira

Gasto médio diário de um visitante na Madeira por mercado

	UK	Portugal	Alemanha	França	Holanda	Escandinávia	Espanha	Países Leste	Outros Europa	Outros
Alojamento	40,6 €	32,6 €	61,2 €	42,4 €	47,8 €	39,9 €	20,0 €	33,0 €	18,1 €	23,3 €
Alimentação	22,8 €	19,7 €	23,8 €	31,7 €	27,9 €	30,8 €	19,9 €	39,9 €	13,1 €	29,9 €
Aluguer automóvel	12,6 €	15,4 €	14,4 €	13,6 €	13,4 €	12,5 €	12,3 €	23,6 €	6,8 €	16,8 €
Combustível	2,0 €	2,9 €	3,5 €	3,7 €	2,9 €	2,3 €	2,1 €	3,5 €	1,5 €	2,7 €
Transportes	2,4 €	2,7 €	2,1 €	3,1 €	2,6 €	3,3 €	1,7 €	2,3 €	1,1 €	3,4 €
Telefone	0,6 €	1,3 €	1,8 €	0,9 €	1,2 €	1,0 €	0,7 €	0,7 €	0,3 €	2,2 €
Correio	0,3 €	0,3 €	0,5 €	0,6 €	0,4 €	0,5 €	0,3 €	1,3 €	0,1 €	0,1 €
Internet	0,6 €	1,0 €	0,7 €	1,3 €	0,5 €	0,7 €	0,4 €	0,8 €	0,3 €	0,2 €
Tours/excursões	3,3 €	4,0 €	4,8 €	4,4 €	4,8 €	4,4 €	3,4 €	6,7 €	1,3 €	4,1 €
Actividades culturais	3,0 €	6,2 €	3,3 €	4,2 €	2,1 €	3,5 €	2,6 €	5,8 €	0,8 €	11,3 €
Actividades desportivas	5,1 €	2,8 €	4,2 €	9,8 €	12,1 €	1,5 €	1,2 €	5,3 €	2,7 €	2,1 €
Artesanato/comércio	3,5 €	4,6 €	3,7 €	5,2 €	4,5 €	5,4 €	5,6 €	7,3 €	2,3 €	3,8 €
Outras despesas	9,5 €	9,7 €	6,9 €	13,3 €	8,2 €	7,0 €	3,9 €	12,5 €	2,5 €	4,1 €
Estimativa	106,4€	103,2€	130,8€	134,2€	128,3€	112,6€	74,0€	142,9€	51,0€	104,0€

Estimou-se também a partir dos dados obtidos as durações médias e dimensões médias dos grupos por mercado e com os valores obtidos estimou-se o consumo médio diário por mercado. Os valores obtidos para este indicador mostram que os países com maior gasto diário por turista são a França, Holanda e Alemanha e que os que apresentam menor gasto são a Espanha e os turistas provenientes de Outros Países da Europa



Consumo nesta visita à Madeira

Gasto médio diário de um visitante na Madeira por tipologia de alojamento

	Hotel de 4 ou 5 estrelas	Hotel de 1, 2 ou 3 estrelas	Casa alugada	Pensão/residencial	Casa própria	Casa de familiares/amigos
Alojamento	44,5 €	36,3 €	17,1 €	20,0 €	21,1 €	27,5 €
Alimentação	22,1 €	23,6 €	25,4 €	27,4 €	23,8 €	14,1 €
Aluguer automóvel	11,3 €	18,8 €	12,8 €	20,0 €	8,6 €	16,9 €
Combustível	2,2 €	4,2 €	2,5 €	4,3 €	2,6 €	2,9 €
Transportes	2,3 €	3,4 €	1,6 €	4,7 €	2,4 €	2,1 €
Telefone	0,9 €	1,4 €	0,7 €	2,4 €	1,0 €	1,1 €
Correio	0,4 €	0,5 €	0,3 €	0,5 €	0,3 €	0,3 €
Internet	0,7 €	0,8 €	0,2 €	1,0 €	0,6 €	1,0 €
Tours/excursões	3,8 €	5,4 €	1,4 €	4,4 €	3,5 €	3,3 €
Actividades culturais	3,2 €	7,1 €	2,2 €	2,9 €	6,5 €	3,6 €
Actividades desportivas	5,5 €	2,5 €	2,2 €	1,2 €	2,8 €	2,2 €
Artesanato/comércio	4,3 €	5,3 €	3,1 €	6,1 €	4,7 €	3,8 €
Outras despesas	7,6 €	9,5 €	3,7 €	13,7 €	4,2 €	12,2 €
Estimativa	108,6 €	118,7 €	73,2 €	108,1 €	82,3 €	91,0 €

Estimou-se também a partir dos dados obtidos as durações médias e dimensões médias dos grupos por tipo de alojamento e com os valores obtidos estimou-se o consumo médio diário por mercado. Os valores obtidos indicam que os turistas que ficam em Hotéis de 4 e 5 estrelas apesar do maior gasto em alojamento, apresentam consumos mais baixos em outras áreas, motivo pelo qual gastam em média menos que aqueles que ficam em Hotéis de 1, 2 ou 3 estrelas.



Atributos que tornam a marca Madeira conhecida

Atributo	Nº casos	Referências ao atributo
Natureza	703	Flores, paisagem, ilha verde, beleza da ilha, beleza da paisagem, diversidade de plantas, levadas, flora e fauna, ilha das flores, caminhadas, vegetação, passeios, terra, jardins, montanhas, natureza, mar, campos, Pérola do Atlântico, paraíso, flora marinha, ilha vulcânica, vulcão, jardim do atlântico, grutas, praias, piscinas naturais.
Clima	411	Sol, temperatura, clima, tempo, calor, quente.
Vinho e Gastronomia	146	Comida, gastronomia, vinho, bananas, espetadas, bolo do caco, bolo de mel, mel, sabores, peixe espada, peixe.
Cultura e História	124	Folclore, tradições, história, património, noite, passagem de ano, fogo de artifício, artesanato, festas, festivais, fado, luzes de natal, cultura, atracções, eventos, carnaval, costumes, diversão, festa das flores, bailinho da Madeira, casas típicas, decorações no fim-de-ano, mercado, bordados, igreja, conjunto típico da ilha, sotaque, comércio tradicional.
Pessoas	92	Hospitalidade, calor humano dos habitantes, simpatia, pessoas adoráveis, acolhimento, afabilidade, relação humana, pessoas genuínas e acolhedoras, excelentes.
Outros atributos	53	Calma, compacidade, limpeza, tranquilidade, agradável, seguro, interessante, insularidade, trânsito (calmo), localização geográfica, preços acessíveis, baixa criminalidade, cores, Funchal, ligação histórica com o Reino Unido, espectacular, fantástico, Porto Santo, proximidade, higiene.
Turismo	51	Exploração do turismo em demasia, publicidade, hábito de viagem dos ingleses, adaptabilidade a seniores, variedade de actividades, capacidade/qualidade hoteleira, destino turístico estabelecido, bom serviço, acessibilidade, campanha de marketing, cruzeiros, aeroporto, promoção, actividades desportivas.
Personalidades	25	Governantes, Cristiano Ronaldo e Alberto João Jardim.



Aspectos que gostaria de ter encontrado na Madeira

Grupo	Nº casos	Comentários dos turistas
Visita correspondeu às expectativas	155	Bem servidos, tudo ok.
Clima	128	Mais sol, sol, menos chuva.
Natureza	51	Mais natureza; um aquário; areia nas praias; praias e bom mar; adaptabilidade dos trilhos das levadas ao mau tempo; jardim das rosas – <i>rosarium</i> ; mais habitats de aves; mais segurança nas levadas; mais espaços verdes; observação de baleias; piscinas públicas.
Cultura, Eventos e outras actividades	44	Mais actividades culturais; mais animação de rua e mais animação no Ano Novo para além do fogo de artifício, falta de diversão, actividades radicais, animação nocturna, concertos de música; mais desportos e entretenimento para jovens; pouca animação fora do Funchal e para seniores; teatros e eventos.
Acessibilidades e Transportes	37	Melhores ruas e estradas; mais transportes de ligação entre Funchal e o aeroporto, bem com outros locais da ilha; faltam bons transportes e ciclovias; sinalética para peões; fraca informação dos trabalhos na estrada e de vias alternativas; sinais de trânsito deficientes e confusos; maior acessibilidade a Porto Santo; mais ordenação nas ruas; mais rotas turísticas em autocarros; mais educação rodoviária e estacionamento.
Informação	19	Presença em jornais internacionais, maior divulgação, mais guias turísticos, mais informação actualizada, informação em várias línguas, informação no aeroporto, nos hotéis informação sobre os autocarros, mais e melhor informação ao turista, melhores mapas.
Ambiente	17	Conservação da natureza, menos poluição dos carros e autocarros, limpeza das levadas, menos trânsito em geral, menos poluição sonora, menos trânsito na zona histórica do Funchal.
Gastronomia	16	Boa comida internacional, comida caseira, mais legumes nos pratos, comida vegetariana, melhores cafés, mais restaurantes de comida tradicional, melhor serviço e apresentação.
Infra-estruturas turísticas e outras	14	Melhor classificação dos hotéis, melhor aeroporto, mais comércio, melhores condições na hotelaria, mais formação dos profissionais de turismo, formação em diversas línguas.
Preços e horários	11	Diminuir preços da restauração; preços mais baixos em geral; comércio aberto ao fim-de-semana; alargamento dos horários de funcionamento; preços dos táxis mais baixos; abertura dos jardins nos feriados.
Pessoas	6	Mais simpatia, melhor atendimento, mais humildes e comunicativas.
Outros aspectos	18	Casas históricas reabilitadas, menos betão, mais jovens, maior recuperação do património, menos turistas, mais organização urbana, mais segurança, mais autenticidade.



Aspectos que podem ser melhorados na Madeira

Grupo	Nº casos	Comentários dos turistas
Satisfação	128	Manter como está, gostamos de tudo
Acessibilidades e Infra-estruturas	91	Mais sinalética; mais companhias aéreas; melhoramento do aeroporto; criação de um Aquário; melhores infra-estruturas; aumentar a frota das rent-a-car; horários dos transportes mais flexíveis; folhetos com informação sobre os horários dos autocarros; sinalética nas e para as levadas; voos low-cost do Porto; transportes com mais qualidade; mais estacionamento; flexibilidade dos voos; mais transportes entre a Madeira e o Porto Santo, voos directos; mais wc's públicos; melhor sinalética turística; melhores paragens de autocarros; acessibilidades para pessoas de mobilidade reduzida.
Informação	52	Actualização de mapas; melhorar todo o tipo de informação; mais informação sobre a restauração; actualização da informação na generalidade; material promocional em várias línguas; mais postos de turismo onde se fale diversas línguas; informação histórica; mais informação on-line; mais informações nas paragens de autocarros, no aeroporto e nos hotéis; mais informação sobre o que fazer na ilha.
Turismo	59	Desenvolver um turismo com maior qualidade; mais rotas turísticas a um preço mais baixo; menos promotores de timesharing na rua; aproveitamento turístico de outros pontos da ilha; acesso à Internet rápido e sem custos na hotelaria; promoção na Escandinávia; mais divulgação da Madeira; oferta de TER; mais pacotes turísticos; não construir mais hotéis.
Ambiente	53	Melhor limpeza das levadas e das montanhas; mais areia nas praias, criação e manutenção de zonas de piquenique; construção de piscinas naturais; desenvolver mais actividades ligadas ao mar; menos ruído à noite; limpeza das ruas; mais cuidado no crescimento urbanístico; mais circuitos para caminhadas; cuidar do ambiente; menos trânsito; preservar a natureza, promoção da natureza.
Eventos, cultura e outras actividades	48	Actividades alternativas; animação de rua; entretenimento para jovens; mais atracções turísticas; animação nocturna, música e dança tradicionais; festivais musicais; mais história.
Relação Qualidade-Preço	45	Baixar preços dos voos e da hotelaria, para os jovens; aumentar a qualidade.
Outros aspectos	23	Credibilidade e honra; hospitalidade e simpatia para todos; mais segurança; melhor acolhimento e atendimento.
Gastronomia	14	Evitar trazer para as mesas o que não foi pedido; mais autenticidade na comida; comida mais saudável e típica; mais variedade.
Comércio	4	Menos comerciantes no mercado; comércio mais acessível; mais comércio.



ANEXOS

João Pereira



Anexos – Meios de obtenção de informação

Companhia aérea

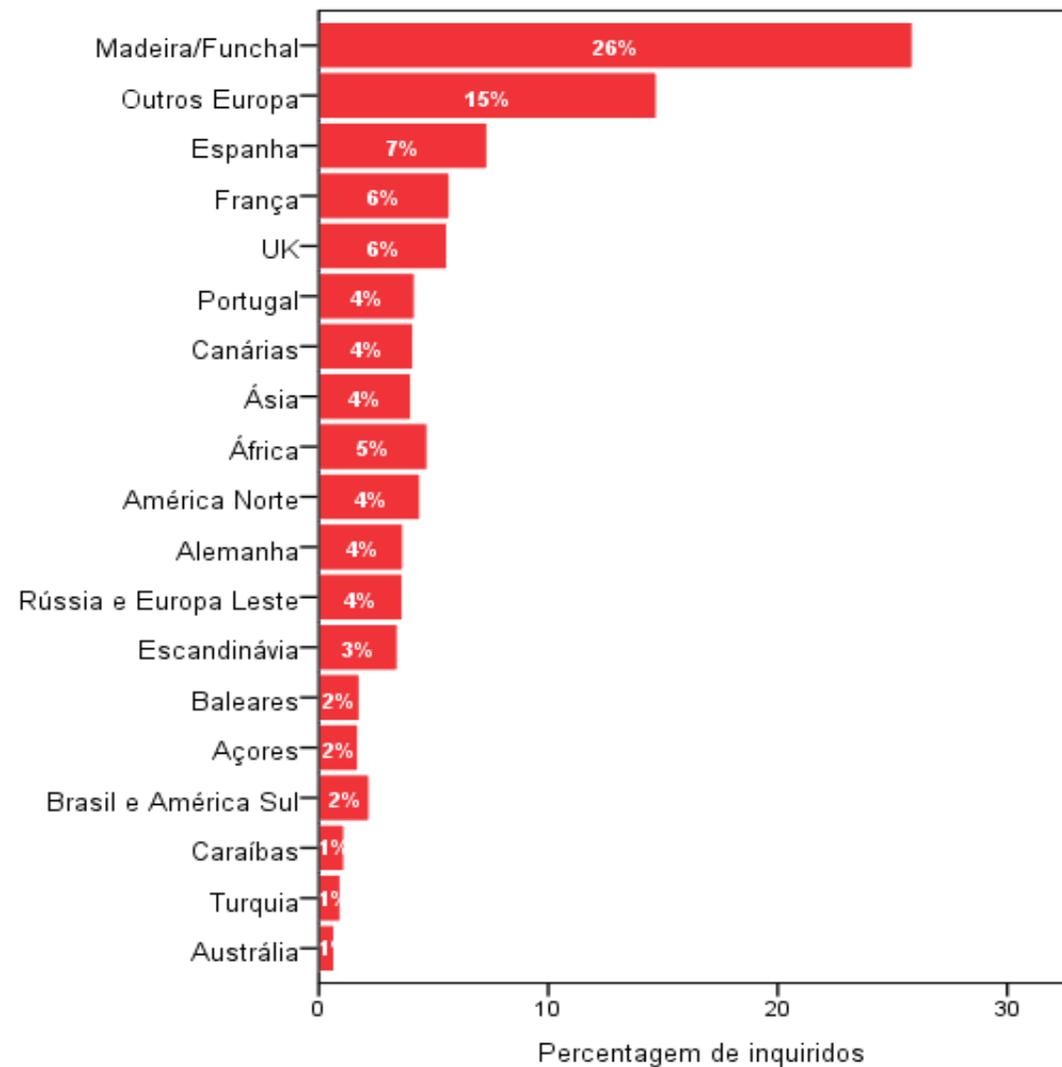
Companhia	Nº casos	Percentagem
TAP	488	29,3 %
Easyjet	315	18,9 %
Air Berlin	174	10,5 %
SATA	138	8,3 %
Thomas Cook	115	6,9 %
Transavia	55	3,3 %
Primera Air	51	3,1 %
Thomson	42	2,5 %
Finnair	32	1,9 %
Condor	29	1,7 %
Tui Fly	16	1,0 %
Lufthansa	15	0,9 %
AUA	11	0,7 %

Companhia	Nº casos	Percentagem
Scandinavia	8	0,5 %
White	7	0,4 %
GlobeSpan	5	0,3 %
Binter	3	0,2 %
First Choice	2	0,1 %
Cimber Sterling	2	0,1 %
Luxair	2	0,1 %
PGA	1	0,1 %
KLM	1	0,1 %
Neosair	1	0,1 %
MyTravel	1	0,1 %
Não sabe/Não responde	149	9,0 %
Total	1663	100 %



Anexos – Hábitos de viagem (3 últimas viagens)

Destinos das 3 últimas viagens





Anexos – Meios de obtenção de informação

Sites pesquisados

Site	Nº casos
Google	40
Turismo da Madeira	24
Trip Advisor	13
Easyjet	12
Expedia	11
TAP	8
Wikipédia	7
Travelrepublic	6
Booking	5
Netviagens	5
Strawberryworld.com	5
Porto Bay	4
Thomson	4
Solia.no	4
Eliza was here	3
Kras.nl	3
Los viajeros	3
Opodo	3
Aurinkomatkat	2
Glorespan	2
Holidaycheck	2
Wikinger reisen	2
L'Tour	2
Madeira Tours	2
Pestana	2
On The Beach	2
Portal Turismo	2

Site	Nº casos
Reiselinie.de	2
Solresor	2
Travelzoo	2
ARD	1
Berge und Meer	1
CS Madeira	1
Diamis.de	1
Donatello	1
Dorectours	1
Escalatur	1
Finn.no	1
First Choice	1
Golfbreaks	1
Clube Desportivo Nacional	1
Hidrografico.pt	1
Hotel info	1
Lastminute	1
Leading hotels	1
Logitravel	1
Low Cost Holiday	1
Madeira-exclusiv.de	1
Madeira-live.com	1
Madeirabirds.com	1
Madeiraferien.ch	1
Neckermann	1
Promovacances	1
Nix-wie-weg.de	1

Site	Nº casos
R.C.I.	1
Reidspalace	1
RMK Tours	1
Rough Guides	1
Rumbo.es	1
Sata	1
Seat24	1
Summitpost.org	1
Sun4Direct.com	1
Windguru	1
Tomas Cook	1
Hotels.com	1
Travelmadeira.co.uk	1
Travelprice	1
Travelsupermarket.com	1
Urlaub.de	1
Hpb.co.uk	1
Interlineclub.com	1
Madeira-web.com	1
Madeira.startpagina.nl	1
Tvi.pt	1
Weg.de	1
Yhoo	1
Total	231



Anexos – Meios de obtenção de informação

Canais de Televisão

Canal	Nº casos
RTP	2
TeleText	2
Travel	2
TVI	1
Canal 7	1
BBC World News + BBC	1
Fox, AXN, TVCine	1
Greman TV, Bavarian TV	1
TVN	1
Vários	1
<i>Wish you were here</i>	1
ZDF e ARD	1
Total	15

Jornais

Jornal	Nº casos
CoopZeitung CH	1
Daily Telegraph, UK	1
Expresso	1
German e Nurember	1
Helsingia	1
Jornal de Notícias	1
Jornal e Diario Madeira	1
Metro	1
Midi libre	1
Motouvad	1
ON	1
SVD - Swedish	1
The Telegraph	1
Times	1
Tourisme	1
Total	15

Revistas

Revista	Nº casos
Viajar	2
Atmosphere	1
Essential Madeira	1
Geo	1
Guide Books	1
Mail on sunday	1
Merian	1
Outdour	1
Saga	1
Stern	1
Travel agency	1
Vi Over 60	1
Total	13



Estudo do gasto turístico



ECAM
Empresa de
Consultoria
e Assessoria
Empresarial da
Madeira, S.A.

Avenida Arriaga, n.º 42-B 2.º Andar n.º 5
9000-064 Funchal
Telefone: 291 204 660
Fax: 291 204 677
www.ecam.pt