



AVALIAÇÃO DO NÍVEL DE SATISFAÇÃO DOS TURISTAS NA REGIÃO NORTE

Douro

Resultados Globais 2010/2011

Entidade Promotora



Concepção e Realização



Parceria



Co-financiamento



ÍNDICE

Introdução	1
Resultados da Região Norte	2
Satisfação, Recomendação e Revisita do Turista	3
O Perfil do Turista	5
Resultados da Sub-região do Douro	8
Satisfação, Recomendação e Revisita do Turista	9
O Perfil do Turista	11
A Imagem da Sub-região do Douro	14
Os Recursos Turísticos	16
As Infra-estruturas de Suporte ao Turismo	17
Época Alta vs. Época Baixa	19
Comparação de Resultados entre as Épocas	20
Recomendações para a Sub-região do Douro	21
Recomendações	22
Síntese de Recomendações	26
Conclusões	27
Anexos	29
Ficha Técnica	34

INTRODUÇÃO

O estudo realizado pelo consórcio constituído pela Qmetrics - Serviços de Consultadoria, Gestão e Avaliação da Qualidade e Satisfação, S.A., e pelo Instituto Superior de Estatística e Gestão da Informação da Universidade Nova de Lisboa (ISEGI/UNL) resulta de uma iniciativa da Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Norte (CCDRn), e com a participação activa do Turismo de Portugal, IP, com o objectivo de aferir a Qualidade e a Satisfação dos turistas com a Região Norte de Portugal.

Este estudo inovador permite, pela primeira vez, uma visão bastante completa de toda a realidade do turismo na Região Norte, contemplando a avaliação dos seus vários aspectos, ao nível das atracções turísticas ou das infra-estruturas que suportam o turismo na Região.

Os resultados são representativos dos meses de **Abril de 2010 a Março de 2011** ao nível das quatro Sub-Regiões de destino (Douro, Minho, Porto e Trás-os-Montes), de cinco municípios de projectos-piloto (Braga, Bragança, Guimarães, Porto e Vila Real) e de seis mercados de origem (Alemanha, Espanha, França, Portugal, Reino Unido e Outros Países). Visto que a recolha de dados abrangeu 12 meses, os resultados reflectem também características específicas das Épocas Alta e Baixa.

A população-alvo deste estudo é constituída pelos turistas em visita à Região Norte, excluindo os que estão em visita a familiares ou amigos, cuja visita não tenha um carácter de lazer, recreio ou férias, como são o exemplo dos visitantes que efectuam assistência a familiares por motivos de saúde ou outra situação; os que se alojam em pousadas de juventude e parques de campismo; e os que se instalam em alojamentos privados e que cheguem por outra via que não o aeroporto Francisco Sá Carneiro.

Foram efectuadas entrevistas em dois tipos de pontos de inquérito distintos: o aeroporto Francisco Sá Carneiro, e mais de sessenta alojamentos colectivos representativos das diferentes tipologias de empreendimentos turísticos da Região Norte.

No aeroporto Francisco Sá Carneiro, além do objectivo já enunciado, de modo a dar resposta ao objectivo central deste estudo, foi efectuada uma caracterização dos passageiros, com vista a identificar a percentagem de turistas entre os que estão de partida.

O presente relatório contém a análise dos resultados globais (i.e., relativos à população total de turistas que visitam a Região Norte), bem como a análise dos resultados relativos a uma subpopulação, formada pelos turistas que visitaram a Sub-região do Douro, de modo a evidenciar as particularidades desta subpopulação face à totalidade dos turistas.

Importa referir que para a extrapolação dos resultados globais utilizou-se informação auxiliar mais actualizada e precisa sobre os totais populacionais, obtida a partir de estatísticas oficiais (1). Assim, os valores relativos à Época Alta que porventura sejam apresentados neste relatório podem diferir dos valores divulgados nos relatórios específicos da Época Alta.

(1) Fontes:

Turismo de Portugal. (2011). *Hóspedes nos Estabelecimentos Hoteleiros, Aldeamentos e Apartamentos Turísticos, por países de residência e por meses*. Obtido em 03/05/2011 de: http://www.turismodeportugal.pt/Português/ProTurismo/estatísticas/quadroestatísticos/hospedes/Documents/Hóspedes%02011%20Norte_Mercados.pdf.

Turismo de Portugal. (2011). *Hóspedes nos Estabelecimentos Hoteleiros, Aldeamentos e Apartamentos Turísticos, por Tipologias e por meses*. Obtido em 03/05/2011 de: http://www.turismodeportugal.pt/Português/ProTurismo/estatísticas/quadroestatísticos/hospedes/Documents/Hóspedes%202011%20Norte_Tipologias%20Com%20segredo.pdf.

Nota: Foram excluídas as não respostas das percentagens apresentadas neste relatório.

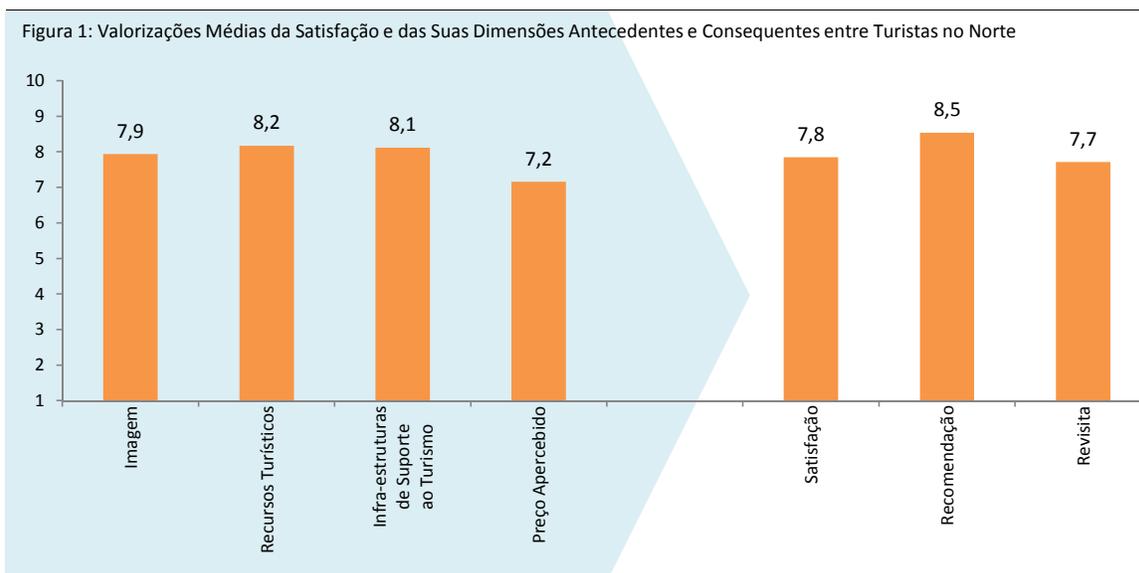


Resultados da Região Norte

Satisfação, Recomendação e Revisita do Turista

Os resultados da Satisfação do turista na Região Norte são globalmente positivos, sendo a avaliação, numa escala de 1 a 10, onde 10 é o valor mais elevado, de 7,8 pontos.

As quatro dimensões determinantes da Satisfação do Turista, a saber, Imagem, Recursos Turísticos (ou Atracções), Infra-estruturas de Suporte ao Turismo e Preço Apercebido, apresentam igualmente avaliações positivas.



Satisfação, Recomendação e Revisita do Turista

! De notar que 21,7% dos turistas que não viajam em negócios e são oriundos do mercado externo declaram ser **naturais ou parentes de naturais** da região visitada. Neste segmento, observam-se **valores mais positivos para a Satisfação, a Recomendação e, sobretudo, a Revisita**.

Figura 2: Turistas da Região Norte, segundo o Motivo da Viagem, a Origem e a Naturalidade



De entre todos os turistas em LRF e outros, 49,9% provêm do Mercado Externo



De entre estes turistas do Mercado Externo, 21,7% são Naturais da região visitada



Figura 3: Satisfação, Recomendação e Revisita de Turistas em LRF e outros, segundo a Origem

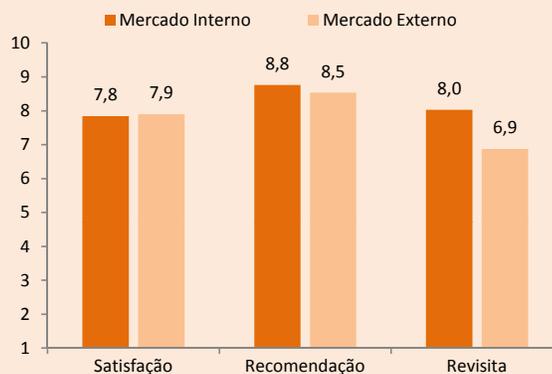
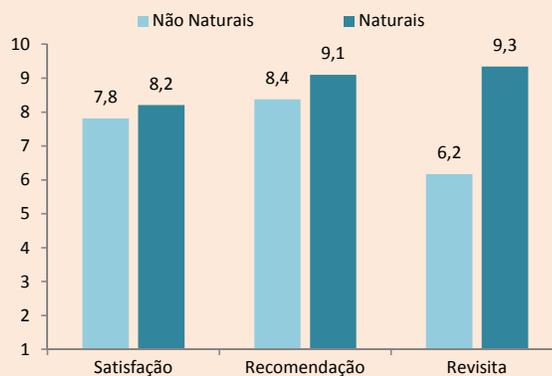


Figura 4: Satisfação, Recomendação e Revisita de Turistas do Mercado Externo em LRF e outros, segundo a Naturalidade



O Perfil do Turista

Seguidamente apresentam-se alguns aspectos que caracterizam o turista que visita a Região Norte.

- A maioria destina-se ao **Porto**, seguido do Minho
- Mais de metade é oriunda do **mercado interno**

Figura 5: Sub-região de Destino do Turista

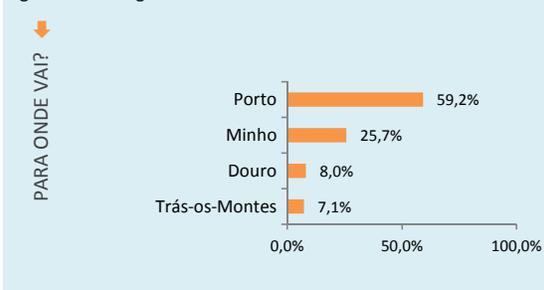


Figura 6: Mercado de Origem do Turista



- Quase 60% vêm em **lazer, recreio ou férias**
 - ➔ Na Época Baixa, a percentagem de turistas em negócios é duas vezes maior do que na Época Alta
- O **automóvel** é o meio de transporte utilizado por 55% para a deslocação ao Norte

Figura 7: Principal Motivo da Viagem

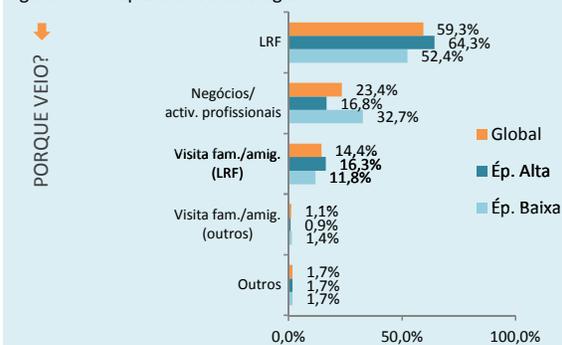
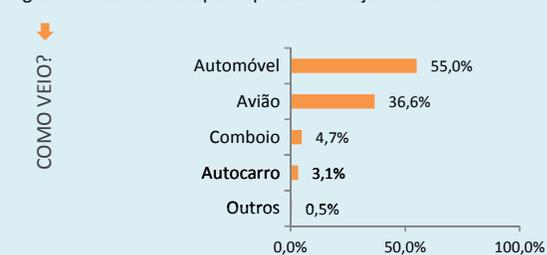
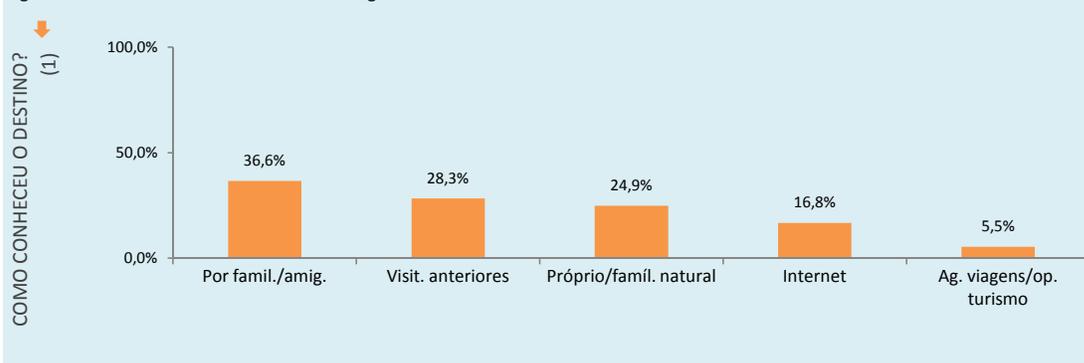


Figura 8: Meio de Transporte para Deslocação ao Norte



- O **boca a boca de familiares e amigos** é a forma como quase 40% dos visitantes tomam conhecimento da Região Norte como destino turístico
- Cerca de 1/4 dos turistas (do mercado interno ou externo) refere ser **natural da Região visitada ou ter lá parentes**

Figura 9: Meios de Conhecimento da Sub-região Visitada



(1) Aqui são apresentadas apenas as cinco classes mais referidas.

O Perfil do Turista

- São turistas recorrentes, mais de 50% já realizaram **4 ou mais visitas** à Região nos últimos 5 anos
- Optam principalmente por se hospedar em **hotéis ou pousadas**

Figura 10: Número de Visitas ao Destino (Últimos 5 Anos)

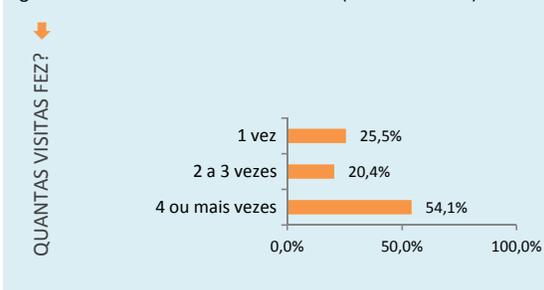
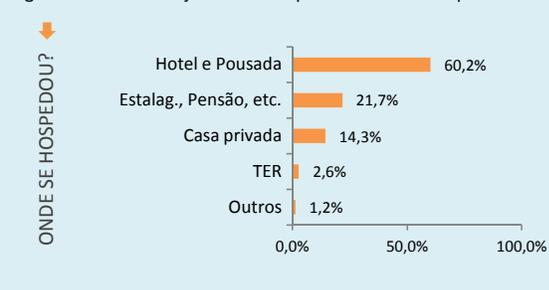


Figura 11: Último Alojamento em que o Turista se Hospedou



- Mais de metade vem com a **família**
 - ➔ Na Época Baixa, a percentagem de turistas que viajam desacompanhados supera a da Época Alta em mais de 10 pp.
- Quase 60% gastam **até 50 euros** por dia, excluídos alojamento e viagem

Figura 12: Quem Acompanhou o Turista na Viagem

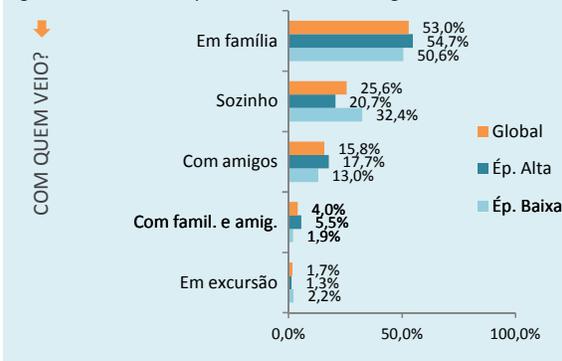
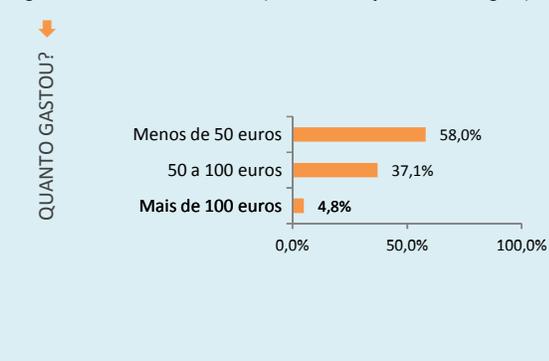
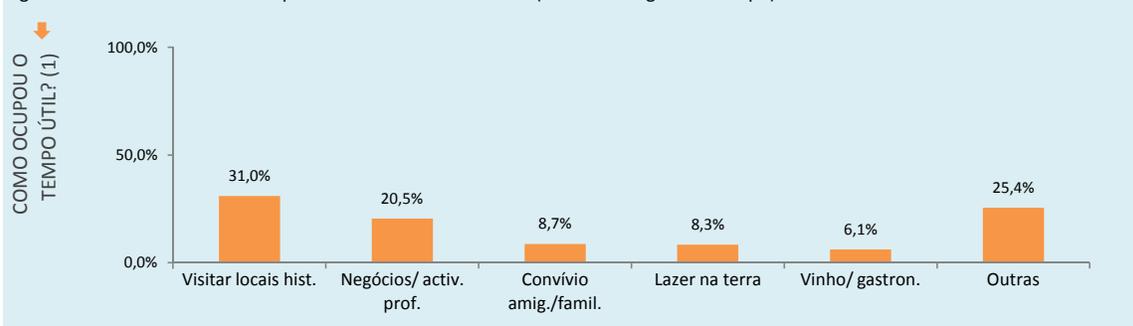


Figura 13: Gasto Diário Médio (Exclusive Alojamento e Viagem)



- A **visita a locais históricos** e os **negócios ou actividades profissionais**, somados, tomam ao turista mais de metade do tempo da estadia

Figura 14: Actividades Realizadas pelo Turista Durante a Estadia (em Percentagem de Tempo)



(1) Para os efeitos deste relatório, entende-se por tempo útil o tempo de que o turista dispõe durante a viagem para realizar actividades de diversa natureza (recreativas ou profissionais), exceptuando-se o tempo diário destinado ao sono e a refeições sem motivação turística (isto é, refeições que simplesmente atendam a necessidades fisiológicas).

O Perfil do Turista

Síntese: Perfil do Turista da Região Norte

Resumidamente, o turista da **Região Norte** maioritariamente

- ❑ Visita a Sub-região do Porto
- ❑ Viaja em lazer, recreio ou férias
- ❑ É proveniente do mercado interno
- ❑ Hospeda-se em hotéis ou pousadas
- ❑ Viaja em família
- ❑ Tem entre 25 e 44 anos (52,2%) e habilitações superiores
- ❑ Já realizou 4 ou mais visitas à Região nos últimos 5 anos
- ❑ Utiliza o automóvel para a deslocação à Região Norte
- ❑ Gasta menos de 50 euros por dia (excluídos os custos de alojamento e viagem)
- ❑ Conhece a Região de destino devido ao boca a boca de familiares e amigos, às visitas anteriores ou ao facto de ser natural ou parente de naturais do local
- ❑ Despende a maior parte do tempo em visitas a locais históricos ou em actividades profissionais

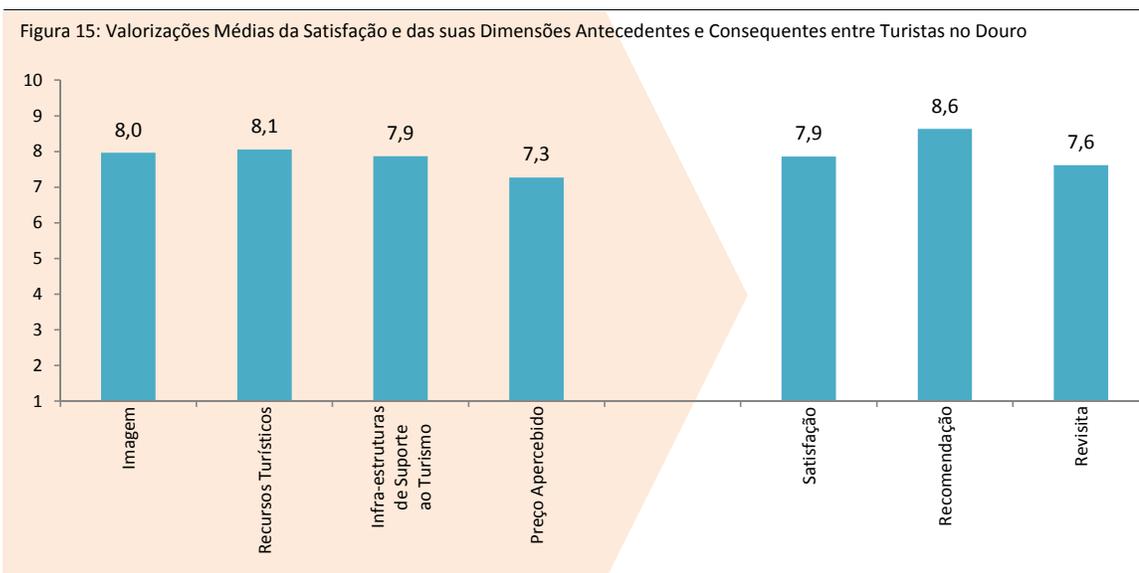


Resultados da Sub-região do Douro

Satisfação, Recomendação e Revisita do Turista

A população de turistas que visitam a Região Norte foi segmentada ao nível das sub-regiões de destino e a análise que se apresenta seguidamente refere-se a um destes segmentos, precisamente os **turistas que visitam a Sub-região do Douro**.

Os resultados da Sub-região do Douro evidenciam índices de Satisfação e Recomendação positivos, semelhantes à valorização média ao nível global.



Relativamente às dimensões antecedentes da Satisfação, as Infra-estruturas de Suporte ao Turismo registam valores ligeiramente inferiores aos globais. Nas restantes dimensões os valores são semelhantes aos valores globais.

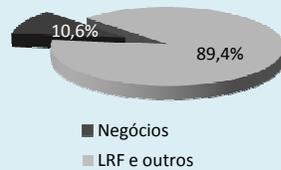
Seguidamente, apresentam-se as características associadas aos turistas mais satisfeitos, bem como aquelas associadas aos turistas menos satisfeitos:

↑ Os turistas com índices mais elevados de Satisfação:	↓ Os turistas com índices mais baixos de Satisfação:
Deslocam-se de avião ao Norte	Viajam entre Abril e Junho
Alojam-se em casa privada	Deslocam-se de automóvel ao Norte
Viajam entre Outubro e Dezembro	Provêm de Portugal
Provêm de França	Hospedam-se em pensões, estalagens, etc.
São naturais do destino ou têm lá parentes	Têm entre 45 e 64 anos de idade

Satisfação, Recomendação e Revisita do Turista

- ! **66,4%** dos turistas no Douro que não viajam em negócios e são oriundos do mercado externo **não declararam ser naturais da Sub-região ou ter lá parentes**. Apesar de não haver diferenças nos níveis de Satisfação e Recomendação destes turistas relativamente a todo o segmento de turistas em LRF oriundos do mercado externo, **a probabilidade de Revisita é significativamente inferior**.

Figura 16: Turistas no Douro, segundo o Motivo da Viagem e a Origem



De entre todos os turistas em LRF e outros, 57,3% provêm do Mercado Externo



De entre estes turistas do Mercado Externo, 33,6% são Naturais da região visitada

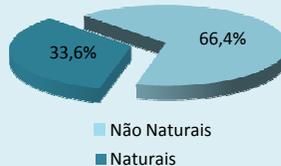


Figura 17: Satisfação, Recomendação e Revisita de Turistas no Douro em LRF e outros, segundo a Origem

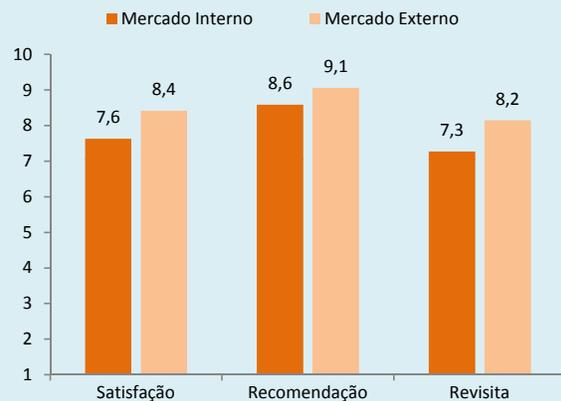
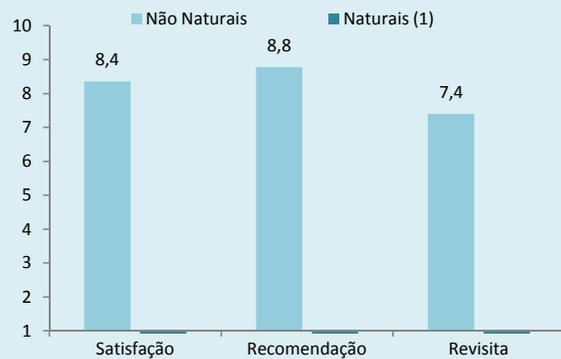


Figura 18: Satisfação, Recomendação e Revisita de Turistas do Mercado Externo em LRF e outros, segundo a Naturalidade

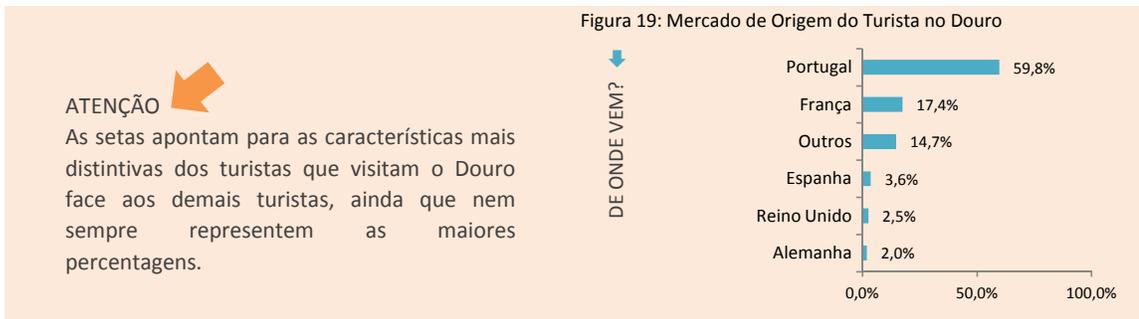


(1) Em virtude da base amostral reduzida (inferior a 30), não são apresentados os valores médios.

O Perfil do Turista

Seguidamente apresentam-se alguns aspectos que caracterizam o turista que visita a Sub-região do Douro.

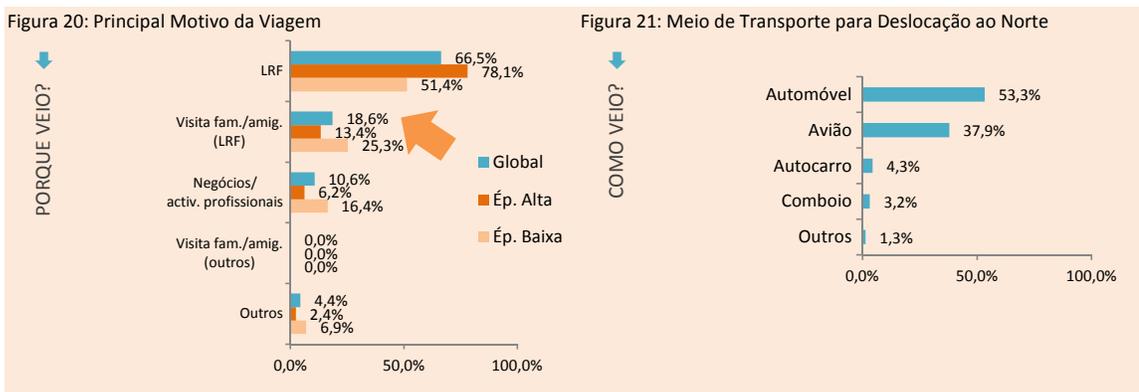
- Cerca de 60% dos turistas provêm do **mercado interno**



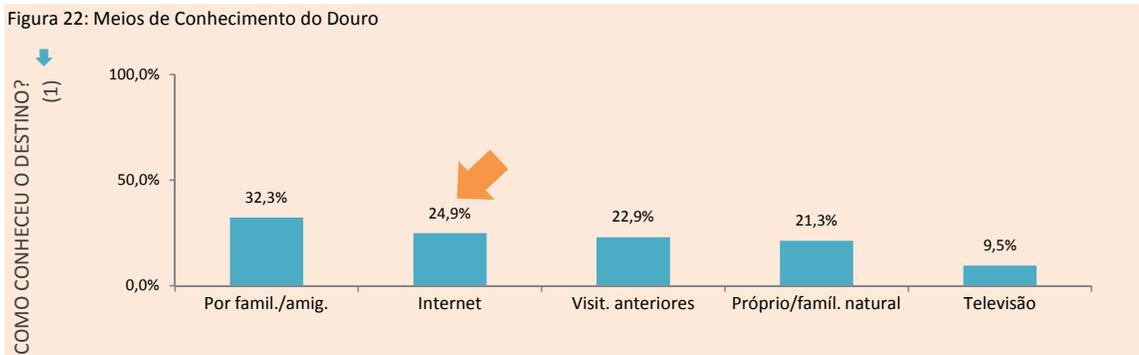
- 2/3 vêm em **lazer, recreio ou férias**

➔ Na Época Baixa, a percentagem de turistas em negócios ou em visita a familiares é superior à da Época Alta. Em decorrência, observa-se na Época Baixa a redução da percentagem de turistas em LRF, relativamente à Época Alta.

- O **automóvel** é o meio de transporte utilizado por mais de metade dos turistas para a deslocação ao Norte



- Tomaram conhecimento do Douro principalmente **através do boca a boca de familiares e amigos**



(1) Aqui são apresentadas apenas as cinco classes mais referidas.

O Perfil do Turista

- São turistas recorrentes, 55% já realizaram **4 ou mais visitas** à Sub-região nos últimos 5 anos
- Quase metade opta por se hospedar em **hotéis ou pousadas**

Figura 23: Número de Visitas ao Douro (Últimos 5 Anos)

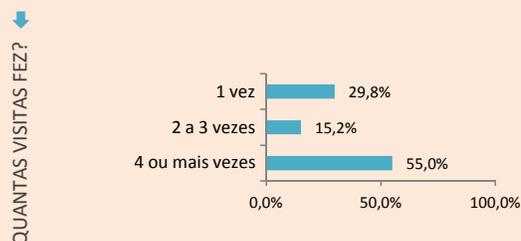
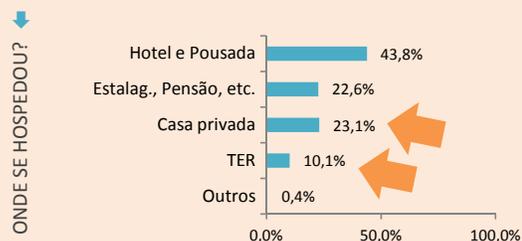


Figura 24: Último Alojamento em que o Turista se Hospedou



- Cerca de 60% viajam **em família**
 - ➔ Na Época Baixa, as percentagens de turistas que viajam com amigos ou desacompanhados são bastante superiores às da Época Alta
- 2/3 despendem no **máximo 50 euros** por dia, excluídos alojamento e viagem

Figura 25: Quem Acompanhou o Turista na Viagem

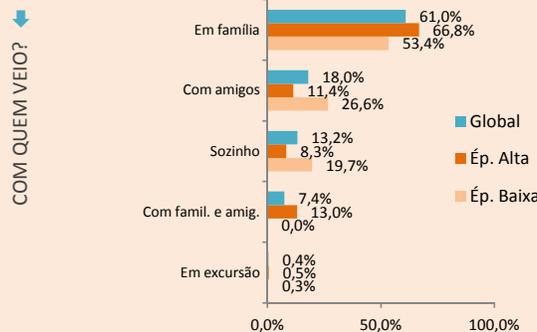
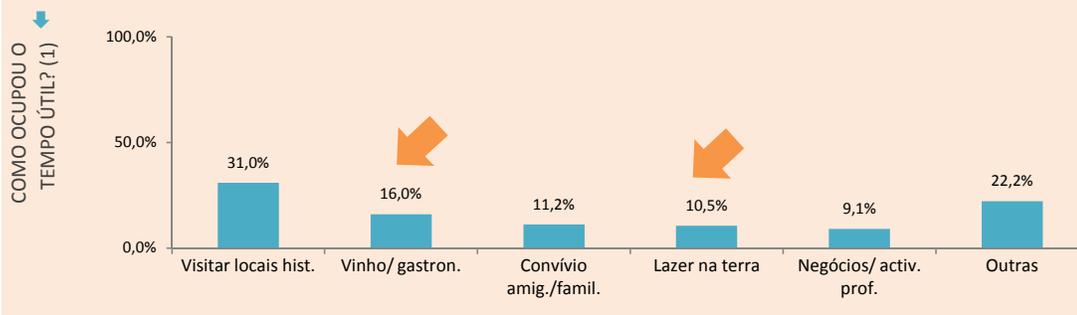


Figura 26: Gasto Diário Médio (Exclusive Alojamento e Viagem)



- As actividades com que o turista despende mais tempo são a **visita a locais históricos** e as actividades ligadas ao vinho e à gastronomia

Figura 27: Actividades Realizadas pelo Turista Durante a Estadia (em Percentagem de Tempo)



(1) Para os efeitos deste relatório, entende-se por tempo útil o tempo de que o turista dispõe durante a viagem para realizar actividades de diversa natureza (recreativas ou profissionais), exceptuando-se o tempo diário destinado ao sono e a refeições sem motivação turística (isto é, refeições que simplesmente atendam a necessidades fisiológicas).

O Perfil do Turista

Síntese: Perfil do Turista da Sub-região do Douro

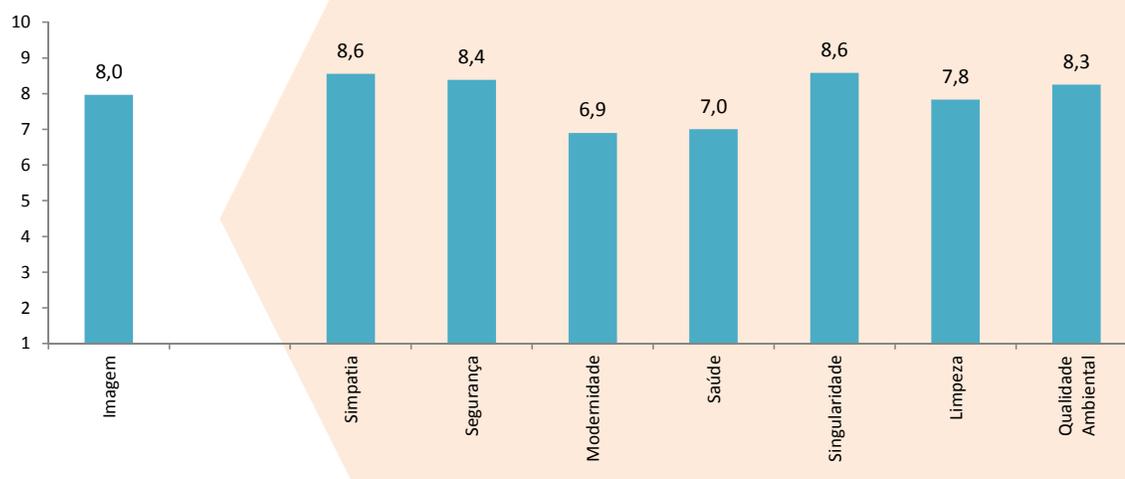
Resumidamente, o turista que visita o **Douro** maioritariamente

- ❑ É proveniente do mercado português
- ❑ Tem como principal motivo da viagem lazer, recreio ou férias
- ❑ Hospeda-se em hotéis ou pousadas
- ❑ Viaja em família
- ❑ Tem entre 25 e 64 anos (47,2%) e tem habilitações superiores
- ❑ Já realizou 4 ou mais visitas à Região nos últimos 5 anos
- ❑ Utiliza o automóvel para a deslocação à Região Norte
- ❑ Gasta menos de 50 euros por dia (excluídos os custos de alojamento e viagem)
- ❑ Tomou conhecimento do Douro através da recomendação de familiares e amigos
- ❑ Despende a maior parte do tempo em visitas a locais históricos ou em actividades ligadas ao vinho e à gastronomia

A Imagem da Sub-região do Douro

Os turistas têm uma imagem positiva do Douro, sendo o valor médio da dimensão 8,0 pontos. A *singularidade* (cultural, natural ou edificada) e a *simpatia das pessoas* para com os visitantes são os aspectos mais valorizados pelos turistas. Os dois pontos menos positivos são a imagem de *modernidade* da Sub-região e da *existência de serviços de saúde no caso de necessidade*.

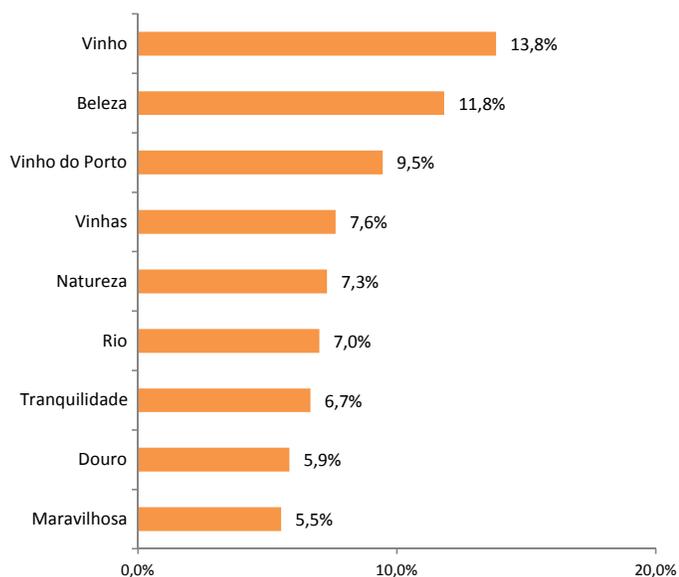
Figura 28: Valorizações Médias da Dimensão Imagem e Respetivos Indicadores entre Turistas no Douro



Seguidamente, apresentam-se as palavras ou expressões mais associadas pelos turistas à Sub-região do Douro. Estas palavras e expressões podem ser também entendidas como parte da imagem que é retida pelo turista após a sua experiência turística.



Figura 29: Palavras Mais Referidas pelos Turistas em Relação à Sub-região do Douro



(1) Os resultados foram extrapolados para o total de turistas que visitam a Sub-região do Douro.

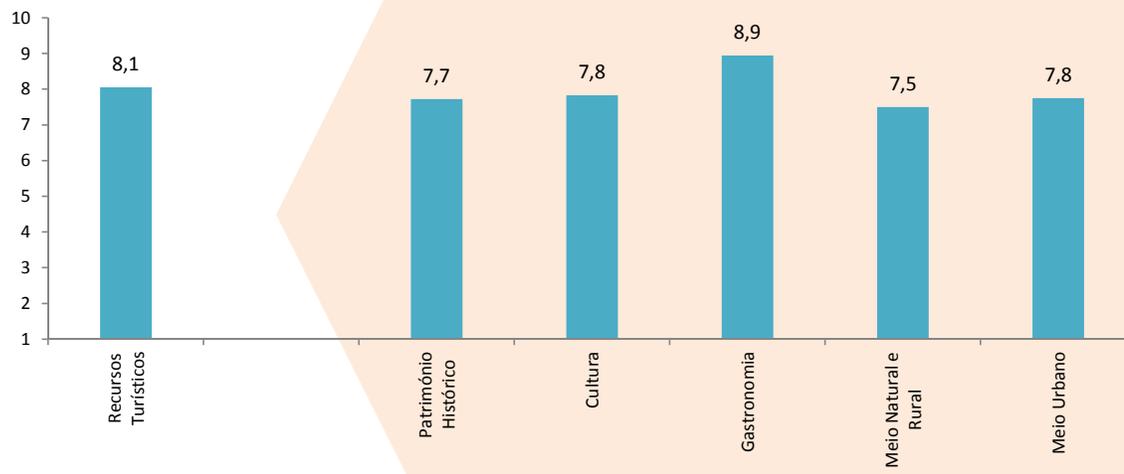
A Imagem da Sub-região do Douro



Os Recursos Turísticos

A Gastronomia é sem dúvida o aspecto mais valorizado pelos turistas no Douro. O Meio Natural e Rural foi a dimensão que obteve a nota mais baixa, mas ainda assim positiva (7,5 pontos).

Figura 31: Valorizações Médias da Macro Dimensão Recursos Turísticos e Respectivas Dimensões entre Turistas no Douro



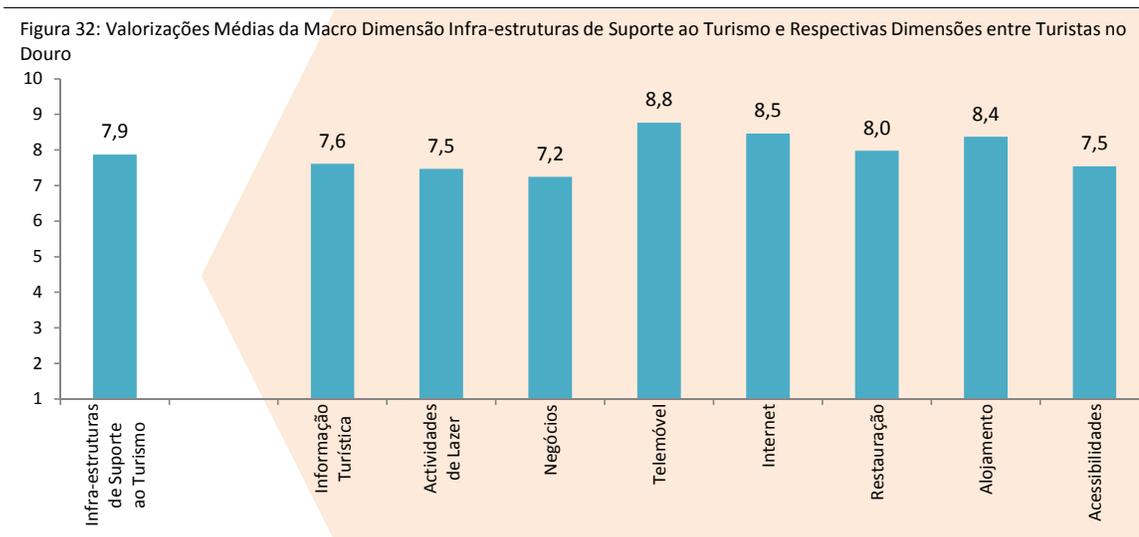
Uma análise mais pormenorizada sobre os indicadores que compõem cada uma das dimensões constituintes da macro dimensão dos Recursos Turísticos (1) permite evidenciar que todos os indicadores referentes à Gastronomia obtêm valores bastante elevados, entre 8,8 e 9,1 pontos. A *harmonia e enquadramento dos edifícios na paisagem envolvente no meio natural e rural* obteve o valor médio mais baixo, com 7,1 pontos.

(1) Ver os anexos para uma apresentação pormenorizada dos indicadores das dimensões que compõem os Recursos Turísticos e respectivas valorizações médias.

As Infra-estruturas de Suporte ao Turismo

Ao nível das Infra-estruturas que suportam o turismo na Sub-região, verifica-se que as dimensões relativas às infra-estruturas de telecomunicações (rede de Telemóvel e de Internet) obtêm as valorizações mais altas. O facto da rede de telemóvel obter um valor elevado indica-nos apenas que os turistas, tendo em atenção a sua experiência na Sub-região, perceberam-na como sendo muito boa. Isso não invalida que em algumas áreas da Sub-região possa haver problemas de acesso à rede (1).

O aspecto considerado menos positivos foram os Negócios.



Centrando a análise ao nível dos indicadores que compõem cada uma das dimensões constituintes da macro dimensão das Infra-estruturas de Suporte ao Turismo (2), observam-se os valores médios mais altos no *acolhimento e atendimento no alojamento* (8,7 pontos), além da *qualidade percebida da rede de telemóvel* e da *Internet* (respectivamente 8,8 e 8,5 pontos). Conclui-se que um dos pontos fortes do Douro é a qualidade do atendimento por parte das pessoas, cujo efeito é igualmente reflectido na Imagem com que os turistas ficam sobre a Sub-região.

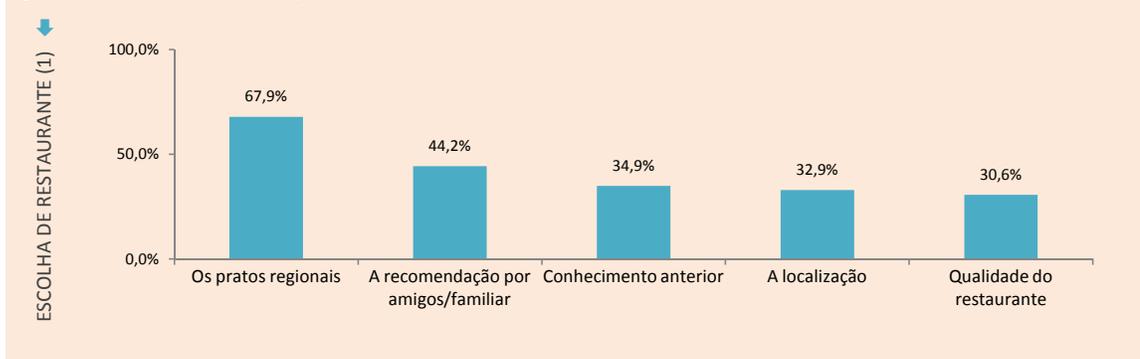
Em sentido oposto, verifica-se uma avaliação particularmente baixa ao nível da *qualidade global das infra-estruturas para os negócios* (6,6 pontos) e da *sinalização nas vias rodoviárias* (6,7 pontos). De destacar ainda que, dentro das Actividades de Lazer, a *diversidade* obtêm um valor significativamente inferior à *qualidade* das mesmas, respectivamente 7,1 e 7,9 pontos.

(1) Para as dimensões Transportes Públicos e Saúde e Bem-estar, devido à base amostral reduzida (inferior a 30), não se apresentam os respectivos valores médios. (2) Ver os anexos para uma apresentação pormenorizada dos indicadores das dimensões que compõem as Infra-estruturas de Suporte ao Turismo e respectivas valorizações médias.

As Infra-estruturas de Suporte ao Turismo

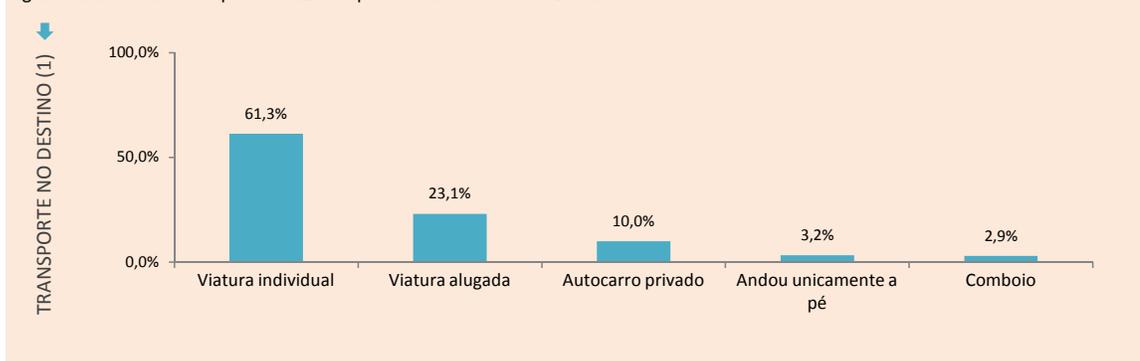
Na sequência da apresentação da valorização média da dimensão Restauração, indicam-se os cinco principais motivos referidos pelos turistas para a escolha de um restaurante. De notar que há uma classe que se destaca em relação às restantes, a qualidade dos pratos regionais, com uma diferença expressiva.

Figura 33: Motivos Determinantes para a Escolha de um Restaurante



Da mesma forma, é apresentada seguidamente a distribuição de frequências dos meios de transporte utilizados pelos turistas para circular dentro do destino visitado. Verifica-se um predomínio da viatura individual sobre os demais meios, principalmente sobre os transportes públicos (2).

Figura 34: Meios de Transporte Utilizados para Circular dentro do Destino



(1) Aqui são apresentadas apenas as cinco classes mais referidas. (2) Autocarro público, comboio e táxi.



Época Alta vs. Época Baixa

Comparação de Resultados entre as Épocas

Quer o perfil do turista, quer a sua apreciação relativamente aos aspectos que compõem a experiência turística podem variar de acordo com a época analisada.

Algumas diferenças significativas ao nível do perfil do visitante já foram identificadas e indicadas na secção de resultados. Nesta secção, serão destacadas as diferenças mais significativas na avaliação dos turistas entre Época Alta e Baixa.

De ressaltar que estas diferenças resultam em parte das diferenças de perfis dos turistas em cada época.

Tabela 1: Diferenças Significativas entre as Épocas Alta e Baixa ao Nível das Dimensões e Indicadores da Experiência Turística

Dimensão/Indicador	Época Alta		Época Baixa	
Preço Aparentado	6,8	↓	7,9	↑
Recomendação	8,3	↓	9,1	↑
Revisita	6,8	↓	8,7	↑
Segurança relativamente a actos criminosos	8,8	↑	7,9	↓
Existência de serviços de saúde em caso de necessidade	6,6	↓	7,4	↑
Acessibilidades	7,1	↓	8,1	↑

As principais diferenças estão ao nível da probabilidade de Revisita (diferença de 1,9 pontos entre as épocas), do Preço Aparentado (diferença de 1,1 pontos), das Acessibilidades (diferença de 1,0 pontos), da probabilidade de Recomendação e da imagem de existência de serviços de saúde em caso de necessidade (ambos com diferença de 0,8 pontos), cujos valores da Época Baixa são superiores aos da Época Alta. Verificam-se ainda diferenças relativamente à imagem de segurança da Sub-região relativamente a actos criminosos, em que a valorização da Época Alta supera em 0,9 pontos a da Época Baixa.



Recomendações para a Sub-região do Douro

Recomendações

Seguidamente apresentam-se os aspectos da experiência turística (ou dimensões) que podem ser considerados como pontos fortes, constrangimentos e/ou áreas prioritárias de actuação, tendo em vista a Satisfação e a Revisita dos turistas à Sub-região do Douro. Estas dimensões são identificadas com base na distância entre as valorizações médias atribuídas pelo conjunto dos turistas e as valorizações médias atribuídas por um grupo de referência (neste caso, os 20% turistas mais satisfeitos), e também com base no impacto (ou importância) que cada dimensão tem na Satisfação do turista, calculado através do Modelo de Satisfação.

Para o efeito, utilizam-se dois instrumentos:

□ **Mapa de Recomendação:** representa visualmente o desempenho das dimensões analisadas bem como a sua importância na explicação da Satisfação. O mapa divide-se em quatro quadrantes:

a. **Quadrante I:** encontram-se as variáveis com menor distância ao grupo de referência (os 20% turistas mais satisfeitos) e simultaneamente mais importantes para a Satisfação do turista. São variáveis para as quais se recomenda a sua valorização.

b. **Quadrante II:** encontram-se as variáveis com menor importância para a Satisfação do Turista, mas cuja distância ao grupo de referência é relativamente pequena (está abaixo da média). São variáveis sobre as quais a actuação é menos prioritária, requerendo, se possível, a manutenção dos actuais níveis de desempenho.

c. **Quadrante III:** assim como no Quadrante II, encontram-se as variáveis com menor importância para a Satisfação do turista. No entanto, a distância ao grupo de referência está acima da média, pelo que se requer forte vigilância, bem como algum esforço de melhoria (embora com menor prioridade relativamente às variáveis que se encontram associadas ao Quadrante IV).

d. **Quadrante IV:** encontram-se as variáveis com maior distância ao grupo de referência, mas muito importantes para a Satisfação do Turista. Estas variáveis constituem assim as mais fortes prioridades de actuação no sentido de melhorar a Satisfação dos turistas.

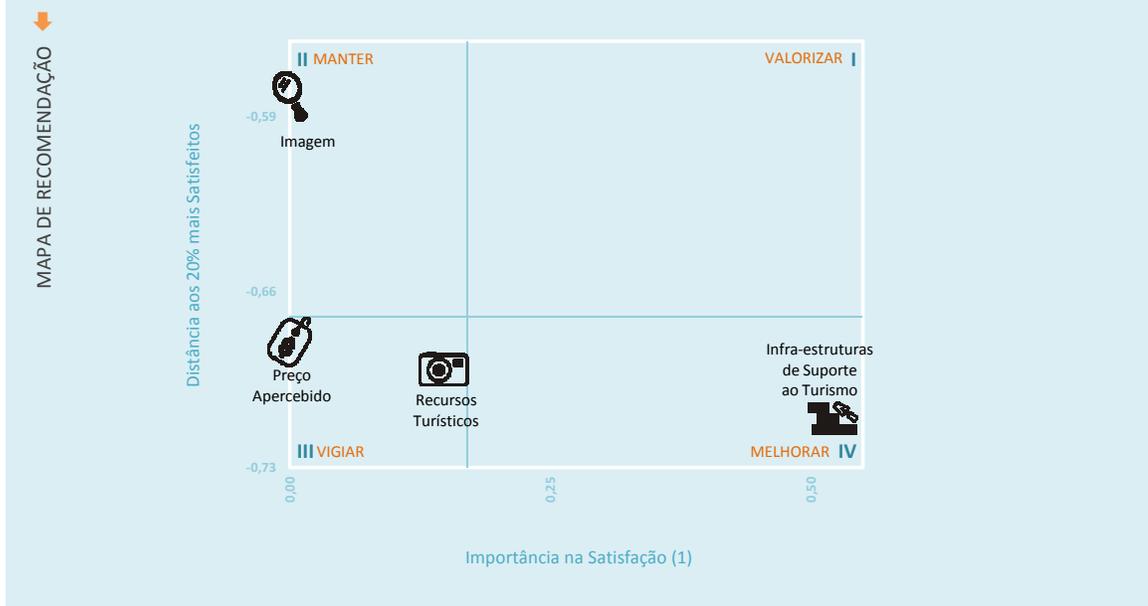
□ **Tabela Síntese de Recomendações:** de entre os aspectos constituintes das dimensões apresentadas nos Mapas de Recomendações, identifica aqueles com maior prioridade de actuação com vista ao aumento da Satisfação do turista. São apresentados os indicadores com maior prioridade de actuação, independentemente da dimensão a que pertencem.

Importa referir que, quando ordenados de acordo com a prioridade da dimensão a que pertencem, estes indicadores podem apresentar diferentes prioridades de actuação.

De reforçar que, para um aspecto ter prioridade de actuação, não basta que tenha obtido valorizações médias baixas; é necessário conjugar esta informação com a importância que este tem na Satisfação do turista.

Recomendações

Figura 35: Mapa de Recomendação das Dimensões Explicativas da Satisfação



Com vista ao aumento da satisfação dos turistas que visitam o Douro, recomenda-se dar prioridade:

- À melhoria das Infra-estruturas de Suporte ao Turismo;
- À melhoria dos Recursos Turísticos da Região.

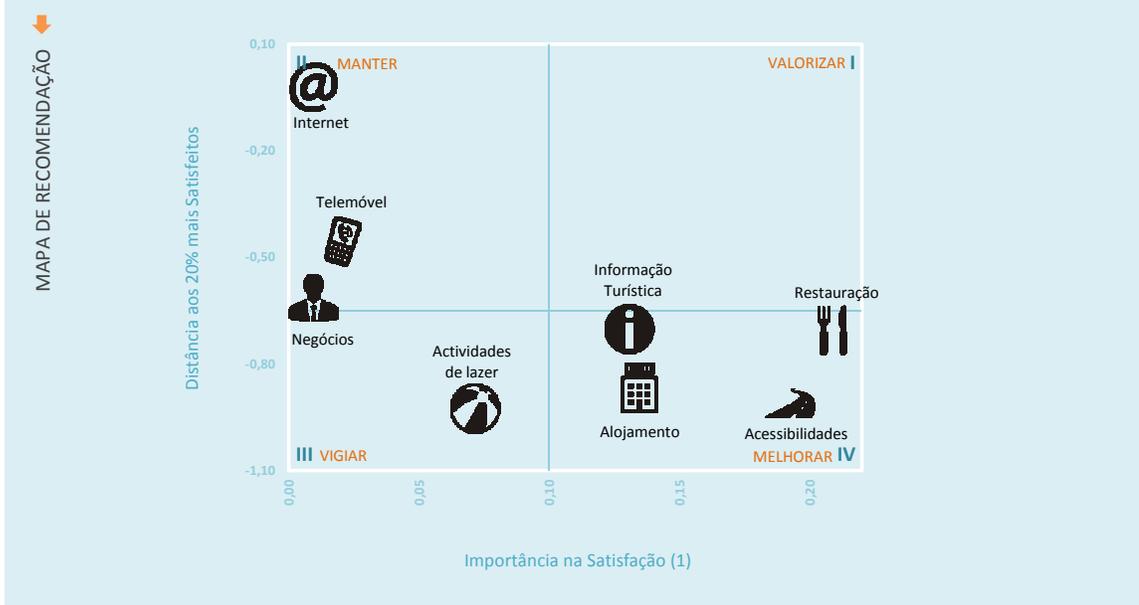
A Imagem e o Preço Apercebido não evidenciaram ter importância para a satisfação dos turistas que visitam o Douro, pelo que não constituem aspectos com prioridade de actuação (2).

Apresentam-se de seguida as acções que devem ser empreendidas para melhorar cada uma das dimensões prioritárias.

(1) A Importância na Satisfação é traduzida pelo impacto total de cada dimensão na Satisfação. (2) A dimensão Imagem não evidenciou possuir impacto na Satisfação do turista pelo que o Mapa de Recomendação desta dimensão não é apresentado.

Recomendações - Infra-estruturas de Suporte ao Turismo

Figura 36: Mapa de Recomendação das Infra-estruturas de Suporte ao Turismo



Relativamente às Infra-estruturas de Suporte ao Turismo, as intervenções com maior efeito na satisfação do turista que visita o Douro são:

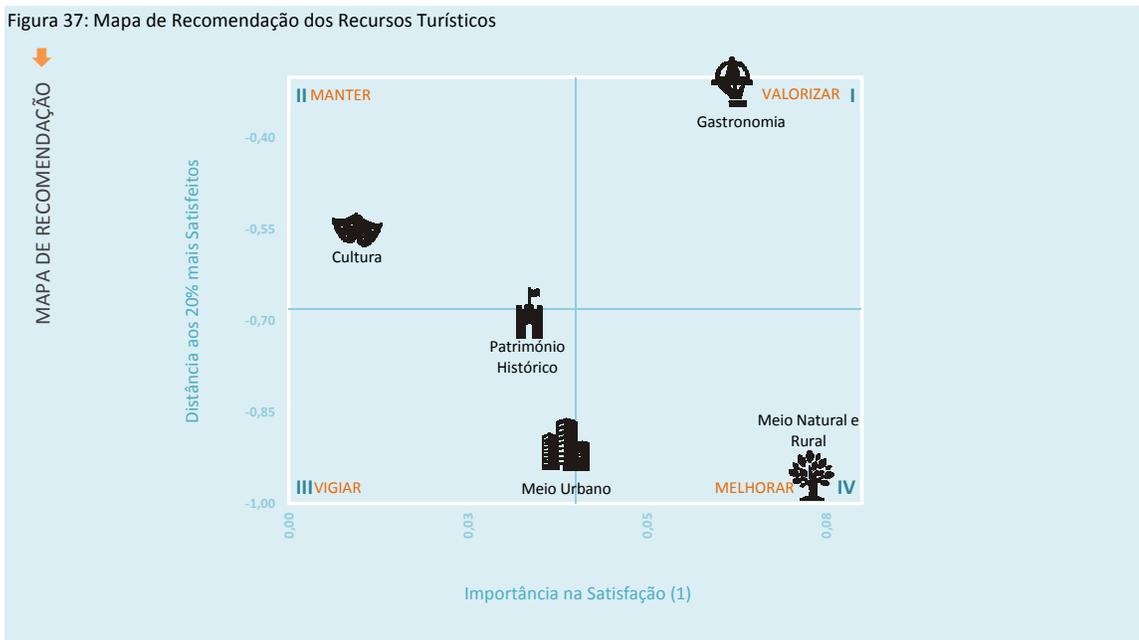
- A melhoria das Acessibilidades, sobretudo ao nível dos acessos aos locais de interesse turístico;
- O aprimoramento dos aspectos relacionados com o serviço de Restauração, sobretudo ao nível da qualificação técnica dos seus profissionais;
- A melhoria dos aspectos relacionados com os Alojamentos, sobretudo ao nível serviço prestado (pequeno almoço, serviço de quarto, limpeza, etc.) nestes estabelecimentos.

Intervenções ao nível da Informação Turística, das Actividades de Lazer, dos Negócios, das Acessibilidades, da rede de Internet e da rede de Telemóvel afiguram-se como menos prioritárias para a melhoria da satisfação dos turistas que visitam o Douro (2).

(1) A Importância na Satisfação é traduzida pelo impacto total de cada dimensão na Satisfação. (2) Devido à base amostral reduzida (inferior a 30), as dimensões Transportes Públicos e Saúde e Bem-estar não foram incluídas no Modelo de Satisfação.

Recomendações - Recursos Turísticos

Figura 37: Mapa de Recomendação dos Recursos Turísticos



Ao nível dos Recursos Turísticos, as ações prioritárias, isto é, que mais podem contribuir para o aumento da satisfação do turista que visita o Douro, são:

- A melhoria do Meio Natural e Rural, sobretudo ao nível da harmonia e enquadramento dos edifícios na paisagem envolvente;
- A melhoria do Meio Urbano, no que concerne ao controlo sobre a paisagem edificada.

Intervenções ao nível do Património Histórico e da Gastronomia afiguram-se como menos prioritárias para a melhoria da satisfação dos turistas que visitam o Douro. De ressaltar que a dimensão Cultura surge com baixa prioridade devido à reduzida procura por/frequência a actividades culturais (espectáculos de teatro, cinema, exposições de arte, festivais musicais, actividades ligadas ao vinho e gastronomia, festas populares, cerimónia religiosa ou romaria, etc.) e não necessariamente pela pouca relevância para a satisfação dos turistas.

(1) A Importância na Satisfação é traduzida pelo impacto total de cada dimensão na Satisfação.

Síntese de Recomendações

Cada uma das dimensões analisadas nos mapas de recomendações anteriores desagrega-se em um ou mais indicadores, ou seja, aspectos concretos da experiência turística, sobre os quais se pode efectivamente actuar com vista ao aumento da satisfação do turista.

De acordo com a importância que o indicador tem para a satisfação do turista e face ao desempenho relativo que a Sub-região do Douro obteve neste indicador, foi elaborada uma síntese de recomendações que destaca os indicadores de actuação preferencial, isto é, aqueles cujo aperfeiçoamento produziria maior efeito na satisfação do turista.

Neste sentido, a Tabela 2 apresenta as 10 acções preferenciais para o aumento da satisfação do turista (1).

Tabela 2: Síntese dos Indicadores de Actuação Prioritária

Ordem de prioridade	Acção recomendada	Importância para a Satisfação	Desempenho relativo da Sub-região do Douro no indicador*
1º	Investir na informação vertical de modo a facilitar o acesso aos locais de interesse turístico	Elevada	Fraco
2º	Assegurar o enquadramento harmonioso dos edifícios na paisagem envolvente	Elevada	Fraco
3º	Investir na formação e qualificação técnica dos recursos humanos da restauração	Elevada	Fraco
4º	Aumentar a diversidade das actividades de lazer disponíveis	Elevada	Fraco
5º	Aumentar o volume de informação disponível ao turista e facilitar o acesso do turista à mesma	Elevada	Fraco
6º	Investir na melhoria do serviço prestado nos alojamentos	Elevada	Fraco
7º	Melhorar a qualidade e o rigor da informação turística disponível	Elevada	Mediano
8º	Investir na requalificação e manutenção das instalações interiores dos alojamentos	Elevada	Fraco
9º	Formar e qualificar os recursos humanos, de modo a aperfeiçoar o tratamento aos turistas	Elevada	Fraco
10º	Promover a qualificação da paisagem edificada no meio urbano	Elevada	Fraco

* Foi calculada a distância da valorização média de cada indicador ao grupo de referência (20% turistas mais satisfeitos). Com base nesta distância, os indicadores foram divididos em três grupos:

- Desempenho Fraco, constituído pelos indicadores com as maiores distâncias ao grupo de referência;
- Desempenho Mediano, constituído pelos indicadores com distâncias moderadas ao grupo de referência;
- Desempenho Elevado, constituído pelos indicadores com as menores distâncias ao grupo de referência.

Importa ressaltar que, tendo em vista as valorizações positivas de todos os indicadores apresentados na tabela (igual ou superior a 7,0 pontos), as classificações "Desempenho Fraco" e "Desempenho Mediano" devem ser entendidas em termos relativos.

Verifica-se que indicadores de actuação preferencial destacados apresentam elevada importância para a satisfação do turista, associada a um desempenho relativo fraco ou mediano da Sub-região do Douro nos mesmos.

De referir que, não obstante o desempenho mediano, por ser mais importante para a satisfação do turista, a melhoria da qualidade e do rigor da informação turística é mais prioritária do que o investimento na requalificação e manutenção das instalações interiores dos alojamentos.

(1) Aqui são apresentados apenas os 10 indicadores com maior prioridade de actuação, independentemente da dimensão a que pertencem. Ver os anexos para uma apresentação pormenorizada dos indicadores de actuação prioritária, ordenados por dimensão prioritária.

CONCLUSÕES

A Satisfação do turista com a Sub-região do Douro enquanto destino turístico, bem como a Recomendação e a Revisita, são explicadas por aspectos como:

- A Imagem que os turistas têm da Sub-região.
- A qualidade percebida dos Recursos Turísticos (ou Atracções) e das Infra-estruturas de Suporte ao Turismo.
- O Preço Apercebido dos produtos e serviços dada a sua qualidade.

No Douro, verificam-se índices de Satisfação, Recomendação e Revisita positivos. Numa escala de 1 a 10, o Índice de Satisfação do turista atingiu em média 7,9 pontos, o de Recomendação 8,6 pontos e o de Revisita 7,6 pontos.

A análise ao nível do mercado de origem do turista evidencia diferenças na Satisfação e na Recomendação, com os turistas do mercado interno a apresentarem níveis de Satisfação substancialmente inferiores (7,6 pontos para turistas em lazer do mercado interno, contra 8,4 pontos para turistas em lazer do mercado externo) e um nível de Recomendação igualmente inferior (8,6 pontos para turistas em lazer do mercado interno, contra 9,1 pontos para turistas em lazer do mercado externo). A maior diferença dá-se ao nível da probabilidade de Revisita, com os turistas do mercado interno a avaliarem essa probabilidade com apenas 7,3 pontos enquanto os do mercado externo atribuem uma pontuação de 8,2 pontos.

De entre as dimensões antecedentes da Satisfação, o Preço Apercebido, com 7,3 pontos, é a que regista o valor mais baixo, ainda que todas as dimensões apresentem valores positivos.

A Imagem da Sub-região do Douro enquanto destino turístico obteve 8,0 pontos na avaliação dos turistas. A análise dos indicadores que compõem a dimensão evidenciou as mais elevadas valorizações médias ao nível da simpatia das pessoas, da singularidade, da segurança e da qualidade ambiental (com valorizações entre os 8,3 e os 8,6 pontos). Por sua vez, a imagem de uma zona moderna e virada para o futuro e da existência de serviços de saúde de saúde em caso de necessidade obtiveram as valorizações médias mais baixas (respectivamente 6,9 e 7,0 pontos).

Os Recursos Turísticos da Sub-região do Douro registaram uma valorização média de 8,1 pontos. Neste âmbito, destaca-se a Gastronomia, que obteve em média 8,9 pontos, valor bastante superior ao das demais dimensões que compõem os Recursos Turísticos. O Meio Natural e Rural registou, por seu turno, a mais baixa valorização média, com 7,5 pontos.

Com 7,9 pontos, o desempenho positivo das Infra-estruturas de Suporte ao Turismo reflecte as valorizações positivas de todas as dimensões que as compõem, embora seja ligeiramente inferior ao da Região Norte (8,1 pontos). As valorizações médias mais elevadas registam-se nas dimensões Telemóvel, Internet e Alojamento, com 8,8, 8,5 e 8,4 pontos, respectivamente. A dimensão dos Negócios é a que apresenta uma avaliação média inferior, com 7,2 pontos, valor substancialmente inferior ao da Região Norte, que regista 8,2 pontos nesta dimensão.

Não obstante as valorizações médias já positivas, ao nível global os aspectos que mais podem contribuir para a melhoria da Satisfação do turista são sobretudo intervenções ao nível das Infra-estruturas de Suporte ao Turismo e, em menor grau, dos Recursos Turísticos da Sub-região.

Relativamente às Infra-estruturas de Suporte ao Turismo, os maiores esforços devem centrar-se ao nível das Acessibilidades e ainda da Restauração. Ao nível das Acessibilidades, deve-se aperfeiçoar a informação vertical (sinalização) que permite ao visitante aceder aos locais de interesse turístico. Já ao nível da Restauração, a aposta deve passar pela formação dos profissionais que trabalham nesta área. Estas intervenções são as mais eficazes no sentido de maximizar a Satisfação do turista no Douro.

No que se refere aos Recursos Turísticos, recomenda-se para o Douro maior controlo e rigor relativamente ao enquadramento dos edifícios na paisagem do meio natural e rural, bem como relativamente à paisagem edificada do meio urbano.

O Preço Apercebido não constitui uma área de actuação prioritária nesta Sub-região, à semelhança do que se verifica na Região Norte. Para além do Preço Apercebido, os aspectos relacionados com a Imagem no Douro não apresentam também necessidade de actuação no sentido da melhoria da Satisfação do turista.

Ao nível do perfil dos visitantes, alguns aspectos, referidos seguidamente, caracterizam a maioria dos turistas que viajam à Sub-região do Douro.

Estes visitantes são provenientes do mercado interno e, nos últimos cinco anos, já visitaram esta região pelo menos quatro vezes. Para chegar à Região Norte, utilizam sobretudo o automóvel. Em geral, tomaram conhecimento do destino através da recomendação de familiares e amigos.

Viajam em família, optando por se hospedar em hotéis ou pousadas. Porém, por pessoa não gastam mais do que 50 euros por dia, excluídos os custos da viagem e do alojamento. Durante a estadia, dedicam a maior parte do tempo a visitas a locais históricos ou actividades ligadas ao vinho e à gastronomia.

Algumas diferenças significativas foram identificadas entre turistas da Época Alta e da Época Baixa. No que concerne ao perfil do turista, observa-se que na Época Baixa a percentagem de turistas em visita a familiares é superior, assim como a percentagem de turistas em negócios.

ANEXOS

Tabela 3: Valorizações Médias das Dimensões que Compõem os Recursos Turísticos e Respetivos Indicadores entre Turistas no Douro

Dimensão	Valor médio
Património Histórico	7,7
<i>Preservação do património histórico</i>	7,5
<i>Qualidade e diversidade do património histórico</i>	7,9
Gastronomia	8,9
<i>Qualidade dos vinhos regionais</i>	9,1
<i>Qualidade da gastronomia regional (pratos típicos da região)</i>	8,9
<i>Qualidade dos produtos típicos da região (artesanato, enchidos, pão, mel, doçaria, etc.)</i>	8,8
Cultura	7,8
<i>Qualidade global das actividades culturais frequentadas</i>	8,1
<i>Diversidade de actividades culturais disponíveis</i>	7,5
Meio Natural e Rural	7,5
<i>Qualidade do meio natural e rural (beleza natural, preservação, etc.)</i>	8,3
<i>Harmonia e enquadramento dos edifícios na paisagem envolvente</i>	7,1
Meio Urbano	7,8
<i>Paisagem edificada no meio urbano</i>	7,8

Tabela 4: Valorizações Médias das Dimensões que Compõem as Infra-estruturas de Suporte ao Turismo e Respetivos Indicadores entre Turistas no Douro

Dimensão (1)	Valor médio
Informação Turística (2)	7,6
<i>Disponibilidade da informação</i>	7,0
<i>Qualidade e rigor</i>	7,4
<i>Qualidade do atendimento e simpatia</i>	8,4
Actividades de lazer	7,5
<i>Diversidade de actividades de lazer</i>	7,1
<i>Qualidade das actividades de lazer</i>	7,9
Negócios (3)	7,2
<i>Qualidade global das infra-estruturas</i>	6,6
Telemóvel	8,8
<i>Qualidade da rede (cobertura, fiab. ligação, qual. som, etc.)</i>	8,8
Internet	8,5
<i>Qualidade da rede (cobertura, fiab. ligação, etc.)</i>	8,5
Restauração	8,0
<i>Qualidade das instalações interiores</i>	8,0
<i>Qualidade dos funcionários quanto à simpatia e amabilidade</i>	8,3
<i>Qualidade dos funcionários quanto à competência e profissionalismo</i>	7,7
<i>Qualidade do serviço prestado (ementas, variedade de pratos, etc.)</i>	8,0
<i>Qualidade global da alimentação</i>	8,1
Alojamento	8,4
<i>Acolhimento e atendimento</i>	8,7
<i>Qualidade das instalações interiores</i>	8,1
<i>Qualidade do serviço prestado (peq. almoço, serv. quarto, limpeza, etc.)</i>	8,3
Acessibilidades	7,5
<i>Facilidade em chegar à Região Norte</i>	8,4
<i>Facilidade em chegar aos locais pretendidos</i>	7,6
<i>Facilidade de deslocação entre diferentes cidades</i>	8,0
<i>Qualidade global da sinalização nas vias rodoviárias</i>	6,7

(1) Para as dimensões Transportes Públicos e Saúde e Bem-estar e respectivos indicadores, devido à base amostral reduzida (inferior a 30), não se apresentam os respectivos valores médios. (2) Para o indicador Qualidade dos guias turísticos, da dimensão Informação Turística, devido à base amostral reduzida (inferior a 30), não se apresenta o respectivo valor médio. Pelo mesmo motivo, o indicador não foi incluído no Modelo de Satisfação. (3) Para o indicador Disponibilidade e qualidade das telecomunicações, da dimensão Negócios, devido à base amostral reduzida (inferior a 30), não se apresenta o respectivo valor médio.

Tabela 5: Indicadores de Actuação Prioritária das Infra-estruturas de Suporte ao Turismo

Indicador (1)	Douro
Acessibilidades	
<i>Facilidade em chegar à Região Norte</i>	13%
<i>Facilidade em chegar aos locais pretendidos</i>	46%
<i>Facilidade de deslocação entre diferentes cidades</i>	19%
<i>Qualidade global da sinalização nas vias rodoviárias</i>	21%
Restauração	
<i>Qualidade das instalações interiores</i>	17%
<i>Qualidade dos funcionários quanto à simpatia e amabilidade</i>	17%
<i>Qualidade dos funcionários quanto à competência e profissionalismo</i>	33%
<i>Qualidade do serviço prestado (ementas, variedade de pratos, etc.)</i>	19%
<i>Qualidade global da alimentação</i>	15%
Alojamento	
<i>Acolhimento e atendimento</i>	31%
<i>Qualidade das instalações interiores</i>	31%
<i>Qualidade do serviço prestado (peq. almoço, serv. quarto, limpeza, etc.)</i>	38%
Informação Turística	
<i>Disponibilidade da informação</i>	44%
<i>Qualidade e rigor</i>	35%
<i>Qualidade do atendimento e simpatia</i>	21%
Actividades de lazer	
<i>Diversidade de actividades de lazer</i>	71%
<i>Qualidade das actividades de lazer</i>	29%
Internet	
<i>Qualidade da rede (cobertura, fiab. ligação, etc.)</i>	100%
Telemóvel	
<i>Qualidade da rede (cobertura, fiab. ligação, qual. som, etc.)</i>	100%

Ao nível das Infra-estruturas de Suporte ao Turismo, destaca-se a necessidade de melhoria na facilidade em chegar aos locais pretendidos, na dimensão Acessibilidades. Na Restauração, a competência e profissionalismo dos funcionários destaca-se também como um indicador a ter em conta, em virtude da sua importância na formação da dimensão e, simultaneamente, baixo desempenho médio.

(1) Para o indicador Disponibilidade e qualidade das telecomunicações, da dimensão Negócios, em virtude da base amostral reduzida (inferior a 30), não foi possível calcular o respectivo índice de prioridade, pelo que não se apresentam os índices dos indicadores desta dimensão. (2) Devido à base amostral reduzida (inferior a 30), as dimensões Transportes Públicos e Saúde e Bem-estar e os respectivos indicadores não foram incluídos no Modelo de Satisfação.

Tabela 6: Indicadores de Actuação Prioritária dos Recursos Turísticos

Indicador	Douro
Meio Natural e Rural	
<i>Qualidade do meio natural e rural (beleza natural, preservação, etc.)</i>	20%
<i>Harmonia e enquadramento dos edifícios na paisagem envolvente</i>	80%
Meio Urbano	
<i>Paisagem edificada no meio urbano</i>	100%
Património Histórico	
<i>Preservação do património histórico</i>	48%
<i>Qualidade e diversidade do património histórico</i>	52%
Gastronomia	
<i>Qualidade dos vinhos regionais</i>	13%
<i>Qualidade da gastronomia regional (pratos típicos da região)</i>	39%
<i>Qualidade dos produtos típicos da região (artesanato, enchidos, pão, mel, doçaria, etc.)</i>	48%
Cultura	
<i>Qualidade global das actividades culturais frequentadas</i>	32%
<i>Diversidade de actividades culturais disponíveis</i>	68%

Ao nível dos Recursos Turísticos, no que concerne ao Meio Natural e Rural, deve-se dar prioridade à harmonização dos edifícios na paisagem envolvente através, por exemplo, de políticas mais rigorosas de ocupação territorial que visem proteger as margens do rio Douro. A requalificação do espaço urbano constitui também uma prioridade. Relativamente à dimensão Património Histórico, o único aspecto sobre o qual se pode de facto actuar é a preservação do património. No que respeita à Gastronomia, as intervenções com vista ao aumento da Satisfação do turista devem incidir principalmente sobre a qualificação e valorização dos pratos e produtos típicos da região. Finalmente, em relação à Cultura, a diversificação da oferta cultural deve ser alvo prioritário de actuação.

Ficha Técnica

Estudo para Avaliação do Nível de Satisfação do Turista na Região Norte: Resultados Globais 2010/2011 **Versão Final - Data: 27/09/2011**

Entidade Promotora: Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Norte (CCDRn)

Número de entrevistas realizadas: 2363

Período de realização das entrevistas: 15 de Fevereiro de 2010 a 31 de Março de 2011

Locais de intercepção dos turistas: Aeroporto Francisco Sá Carneiro (Porto) e estabelecimentos hoteleiros da Região Norte