

IRLANDA

Perceção dos Turistas - Fact Sheet

Época Baixa 2022/2023



monitur

Amostra
n=14



Género

Feminino **50,0%**
Masculino **42,9%**
NS/NR **7,1%**

Escolaridade



Ens. Secundário **35,7%**
Ens. Universitário **50,0%**
NS/NR **14,3%**

Grupo Etário



18-24 anos **7,1%**
25-64 anos **42,98%**
+ 65 anos **21,4%**
NS/NR **28,%**

Logística das Viagens



Número de Noites

Até 3 noites **7,1%**
4-7 noites **50,0%**
8-14 noites **28,6%**
15-30 noites **7,1%**
+ 30 noites **7,1%**



Visita pela 1ª vez

85,7% Não
14,3% Sim

Companheiros de Viagem



Esposo(a)/companheiro(a) **40,0%**
Ninguém **26,7%**
Membros da família **20,0%**
Amigo(s) **13,3%**

Fontes de Informação



Família/amigos **33,3%**
Experiências anteriores **30,3%**
Internet/redes sociais **15,2%**
Outra **9,1%**
Publicidade **6,1%**
Livros/revistas **3,0%**
Comunicação associada ao golfe **3,0%**

Tipos de Alojamento



Hotel/Resort 4 ou mais estrelas **28,6%**
Casa de familiares/amigos **21,4%**
Alojamento local **14,3%**
Casa de férias própria **14,3%**
Hotel/Resort até 3 estrelas **7,1%**
Aparthotel **7,1%**
Outro **7,1%**

NS/NR - Não sabe/Não responde

Motivação



Férias/lazer **78,6%**
Visita a familiares e amigos **7,1%**
Negócios **7,1%**
Outro **7,1%**

ALGUNS FACTOS

50,0% dos inquiridos da Irlanda ficaram de **4 a 7 noites** e 85,7% já tinham visitado o destino anteriormente. A maioria dos inquiridos viajou com o seu cônjuge/parceiro (40,0%).

As três principais **fontes de informação** para a escolha do destino foram a família/amigos (33,3%), as experiências anteriores (30,3%) e a Internet/redes sociais (15,2%).

O **tipo de alojamento** mais escolhido pelos inquiridos foi um hotel/resort de 4 ou mais estrelas (28,6%) e o local mais visitado foi Albufeira (28,6%).

A principal motivação para a visita dos inquiridos ao Algarve foi férias/lazer (78,6%). Adicionalmente, as três **atividades mais comuns** realizadas foram exercício/desporto (31,3%), gastronomia (25,0%) e praia (18,8%).

Por último, no que diz respeito às **redes sociais**, 28,6% dos inquiridos afirmaram ter partilhado conteúdos através das três redes sociais preferidas: Instagram (33,3%), Facebook (22,2%) e WhatsApp (11,1%).



Os 5 Lugares Mais Visitadas

Albufeira **28,6%**
Quinta do Lago **14,3%**
Almancil **7,1%**
Alvor **7,1%**
Carvoeiro **7,1%**

Experiência Turística



As 3 atividades Mais Realizadas

Exercício/Desporto **31,3%**
Gastronomia **25,0%**
Praia **18,8%**



Partilha nas Redes Sociais

64,3% Não **28,6%** Sim **7,1%** NS/NR



As 3 Redes Sociais Mais Utilizadas

Instagram **33,3%**
Facebook **22,2%**
WhatsApp **11,1%**





Os inquiridos concordam com uma **avaliação** positiva **do destino** (4,16), nomeadamente no que diz respeito à segurança e à qualidade ambiental do destino.

Apresentam níveis de **satisfação** elevados (42,9%) ou muito elevados (42,9%) e consideram que o Algarve é melhor (28,6%) e tão seguro (35,7%) como outros destinos de sol e mar.

Os inquiridos consideram que o destino tem um bom nível de **qualidade** de serviço em termos globais (4,19), destacando em particular os níveis de qualidade do comércio local, lojas tradicionais e restaurantes.

Adicionalmente, os inquiridos reconhecem os níveis de **preços** como médios (3,08).

Os inquiridos revelam não dar muita importância às possibilidades de existência de crime, violência, ataques terroristas e epidemias no Algarve e na escolha de um destino (1,85).

A grande maioria dos inquiridos revela elevados níveis de **lealdade**, demonstrando interesse em regressar ao Algarve nos próximos cinco anos (92,9%) e em recomendar o destino a outras pessoas (92,9%).

Ao mesmo tempo, apresentam uma certa neutralidade relativamente à revisitação de destinos que já experimentaram (3,46).

Avaliação do Destino

Impacto Global 4,16

Globalmente, o Algarve é um destino turístico seguro **4,67**

Globalmente, o Algarve possui uma boa qualidade ambiental **4,23**

Globalmente, os residentes no Algarve tratam os turistas com simpatia **4,17**

Globalmente, o Algarve é um destino que preserva o seu património cultural **3,58**

Escala: 1- Discordo totalmente; 5-Concordo totalmente

Satisfação

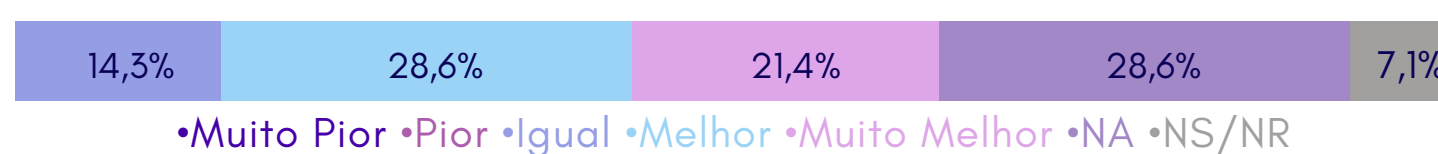
Satisfação Global



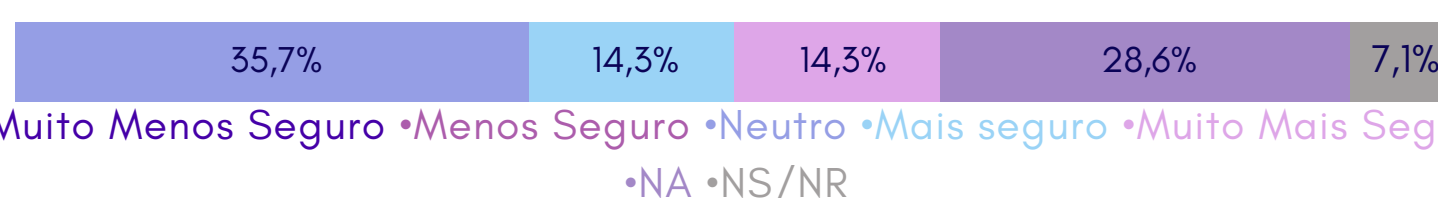
Visitas prévias a outros destinos de turismo de sol e mar



Nível de qualidade em comparação com outros destinos turísticos de sol e mar



Nível de segurança em comparação com outros destinos turísticos de sol e mar



NA-Não aplicável | NS/NR - Não sabe/Não responde

Avaliação da Qualidade do Serviço e dos Níveis dos Preços



Qualidade

Impacto Global 4,19

O nível de qualidade do comércio local/lojas tradicionais **4,57**

O nível de qualidade dos serviços de restauração e similares **4,31**

O nível de qualidade global dos serviços turísticos **4,15**

O nível de qualidade dos centros comerciais/shoppings **4,00**

O nível de qualidade dos serviços de alojamento **3,92**

Escala: 1- Muito Mau; 5-Muito Bom



Níveis dos Preços

Impacto Global 3,08

O nível dos preços no comércio local/lojas tradicionais **3,14**

O nível global dos preços **3,14**

O nível dos preços nos centros comerciais/shoppings **3,07**

O nível dos preços nos serviços de alojamento **3,07**

O nível dos preços nos serviços de restauração e similares **3,00**

Escala: 1- Muito Reduzido; 5-Muito Elevado

Preocupações com a Segurança

Impacto Global 1,85

A possibilidade de ocorrência de ameaças globais, tais como as colocadas por ataques terroristas, constituiu uma preocupação durante esta visita ao Algarve **2,31**

A possível existência de fenómenos de criminalidade e de violência constituiu uma preocupação durante esta visita ao Algarve **1,77**

A possibilidade de ocorrência de epidemias, tais como a COVID-19, constituiu uma preocupação durante esta visita ao Algarve **1,69**

A possibilidade de ocorrência de epidemias, tais como a COVID-19, condiciona a minha escolha de um destino turístico **1,62**

Escala: 1- Discordo totalmente; 5-Concordo totalmente

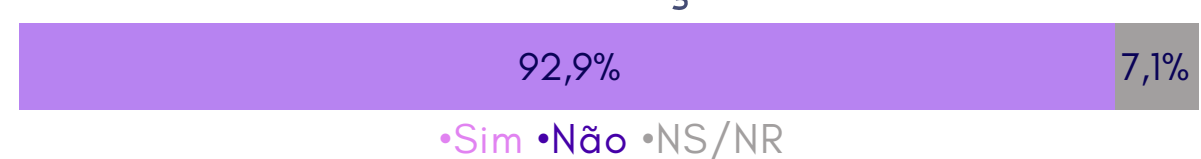


Lealdade

Intenção de regressar nos próximos 5 anos



Intenção de recomendar



Perfil do Turista

Nas minhas férias, gosto de visitar novos destinos **3,85**

Nas minhas férias, visito destinos bastante exóticos e desconhecidos **3,54**

Gosto de revisitar os mesmos destinos porque sei o que esperar **3,46**

Escala: 1- Discordo totalmente; 5-Concordo totalmente