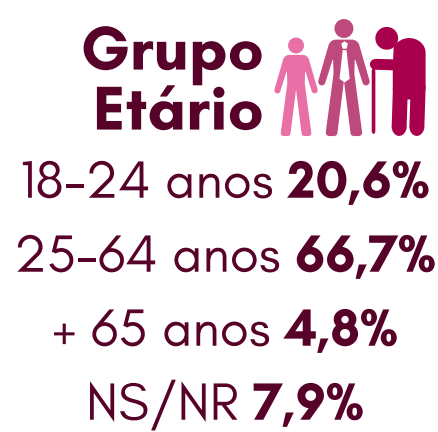
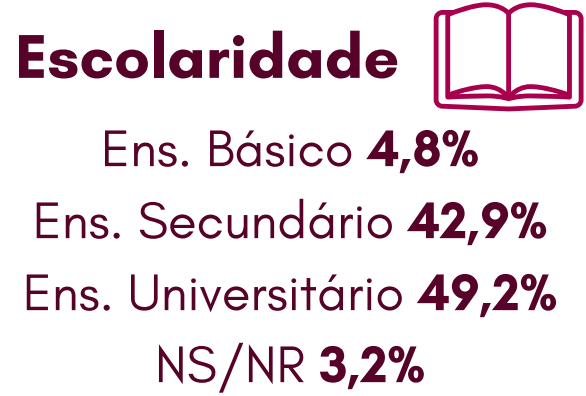
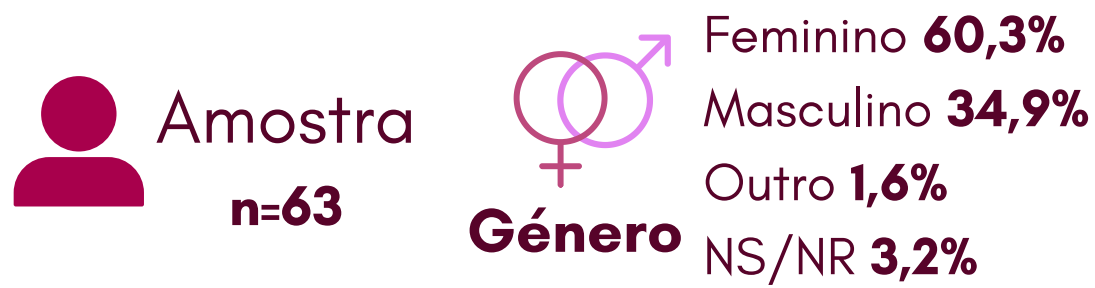


# ALEMANHA

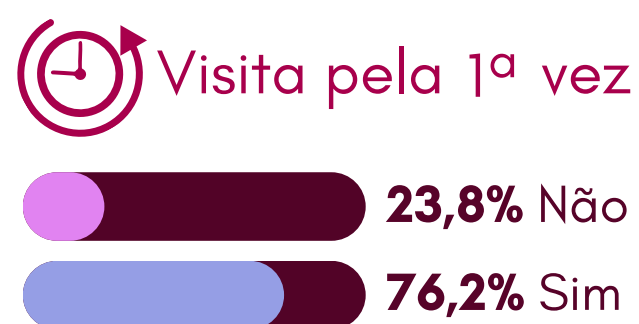
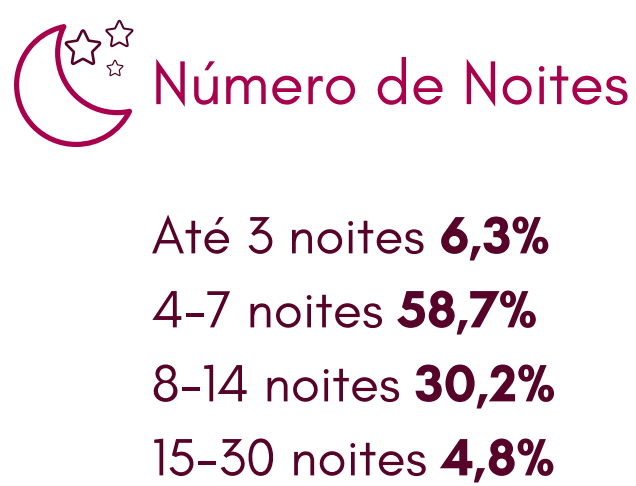
Perceção dos Turistas - Fact Sheet | Época Alta 2023



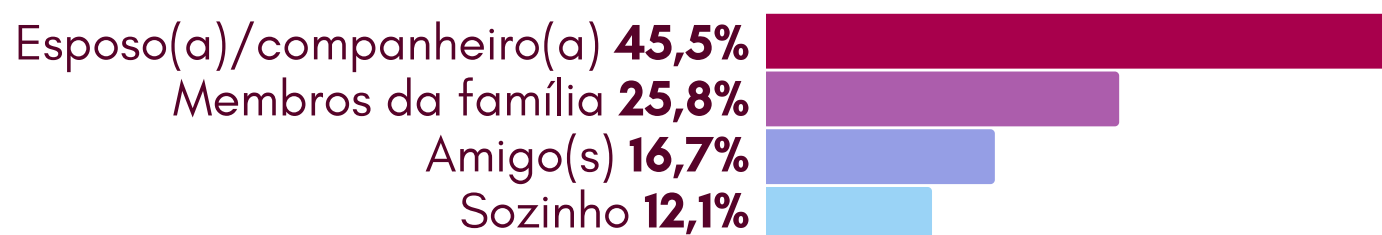
monitur



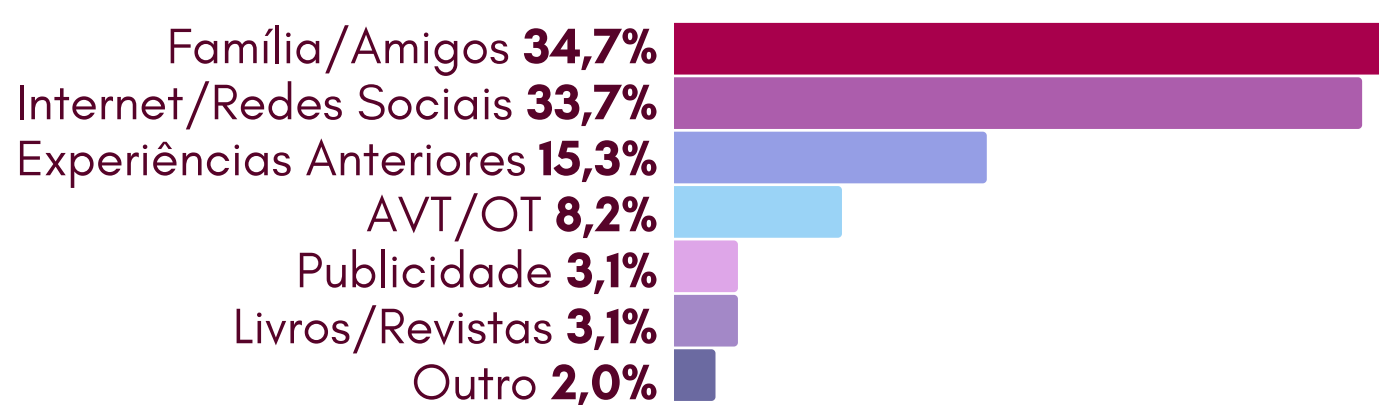
## Logística das Viagens



## Companheiros de Viagem



## Fontes de Informação

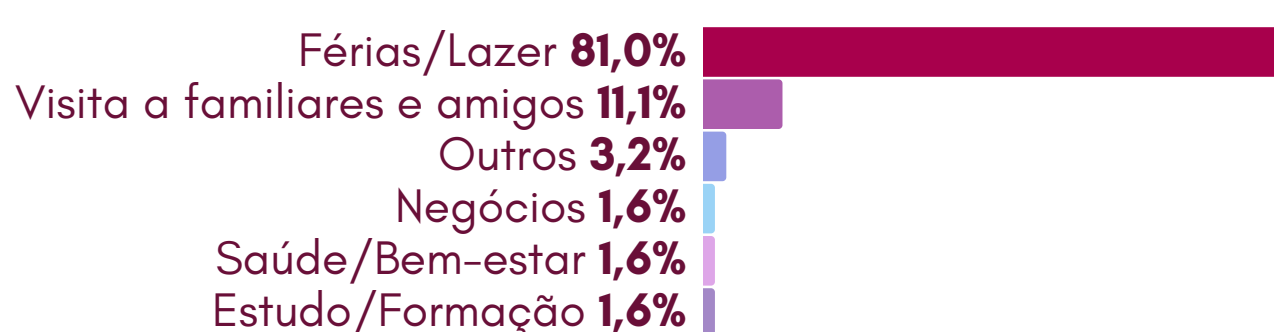


## Tipos de Alojamento



NS/NR - Não sabe/Não responde

## Motivação



## ALGUNS FACTOS

58,7% dos inquiridos da Alemanha ficam de **4 a 7 noites** e 23,8% já tinham visitado o destino anteriormente. A maioria dos inquiridos viaja com o cônjuge/parceiro (45,5%) ou com amigos (25,8%).

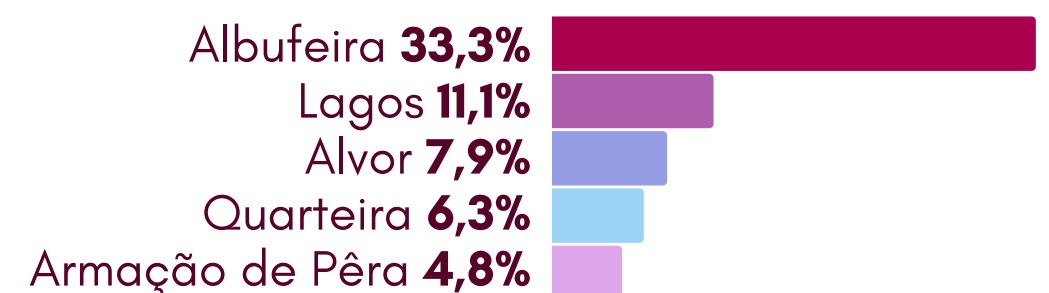
As três principais **fontes de informação** para a escolha do destino são a família/amigos (34,7%), a Internet/meios de comunicação social (33,7%) e experiências anteriores (15,3%).

O **tipo de alojamento** mais escolhido pelos inquiridos é um hotel/resort de 4 ou mais estrelas (44,4%) e o local mais visitado é Albufeira (33,3%).

A principal **motivação** para a visita dos inquiridos ao Algarve são as férias (81,0%). Adicionalmente, as três **atividades mais comuns** realizadas são praia, sol e mar (34,6%), gastronomia (23,5%) e passeios turísticos (19,6%).

Por último, no que diz respeito às **redes sociais**, 60,3% dos inquiridos afirmaram ter partilhado conteúdos online no Instagram (32,9%), no WhatsApp (32,9%) e no Snapchat (12,9%).

## Os 5 Lugares Mais Visitadas



## Experiência Turística

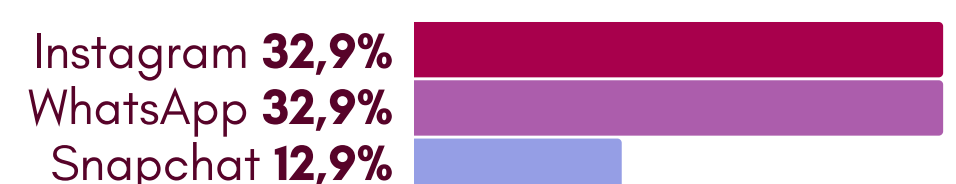
### As 3 atividades Mais Realizadas



### Partilha nas Redes Sociais



### As 3 Redes Sociais Mais Utilizadas



Para mais informações, consultar o relatório global em <https://monitur.ualg.pt/relatorio-global-turistas/>



# ALEMANHA

## Perceção dos Turistas - Fact Sheet | Época Alta 2023



monitur

Os inquiridos revelam concordância no que respeita à **avaliação do destino** (4,00), admitindo níveis mais elevados de concordância relativamente à segurança do destino. Apresentam elevados níveis de **satisfação** (55,6%), e consideram o Algarve tão bom (44,4%) e seguro como outros destinos de sol e mar (38,1%).

Os inquiridos consideram que a **qualidade** dos serviços no destino é boa (4,03) e reconhecem níveis de qualidade mais elevados no alojamento e nos serviços turísticos em geral.

Além disso, os inquiridos reconhecem os níveis de **preços** como médios (2,95).

Os inquiridos revelam-se algo despreocupados com as possibilidades de existência de crime, violência, ataques terroristas e epidemias no Algarve e na escolha de um destino (1,67).

No que diz respeito à **fidelização**, mais de metade dos inquiridos demonstrou interesse em regressar ao Algarve nos próximos cinco anos (76,2%) e a grande maioria mostrou-se disposta a recomendar o destino a outras pessoas (98,4%).

Ao mesmo tempo, os inquiridos referiram que, nas férias, gostam mais de visitar novos destinos (4,00) do que de visitar destinos que já conheceram (3,41).

### Avaliação do Destino

#### Impacto Global 4,00

Globalmente, o Algarve é um destino turístico seguro **4,52**

Globalmente, os residentes no Algarve tratam os turistas com simpatia **4,08**

Globalmente, o Algarve possui uma boa qualidade ambiental **3,71**

Globalmente, o Algarve é um destino que preserva o seu património cultural **3,67**

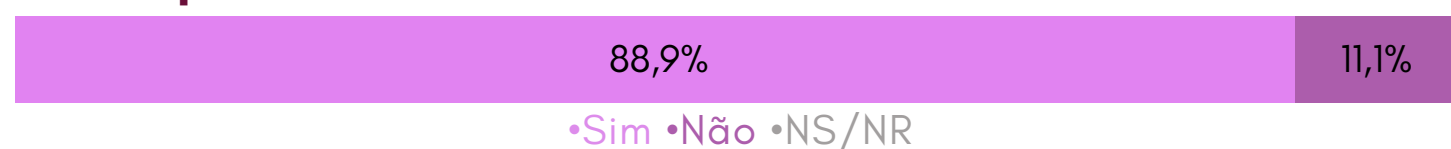
Escala: 1- Discordo totalmente; 5-Concordo totalmente

### Satisfação

#### Satisfação Global



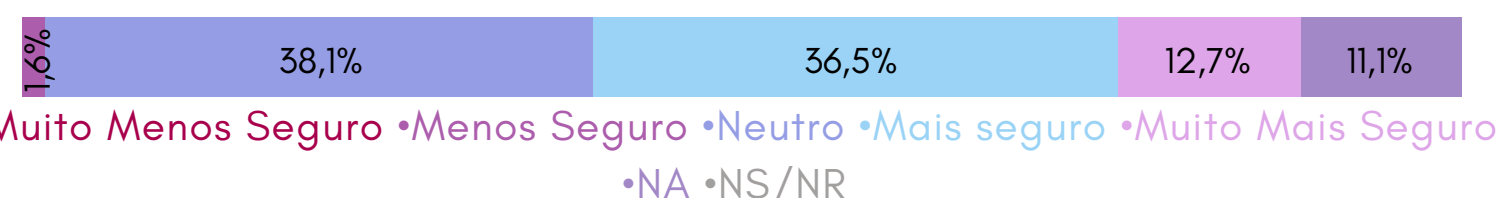
#### Visitas prévias a outros destinos de turismo de sol e mar



#### 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 4,03

O nível de qualidade global dos serviços turísticos **4,32**

O nível de qualidade dos serviços de alojamento **4,30**

O nível de qualidade dos serviços de restauração e similares **4,20**

O nível de qualidade do comércio local/lojas tradicionais **3,77**

O nível de qualidade dos centros comerciais/shoppings **3,58**

Escala: 1- Muito Mau; 5-Muito Bom



#### Níveis dos Preços

Impacto Global 2,95

O nível global dos preços **3,00**

O nível dos preços nos serviços de alojamento **2,98**

O nível dos preços nos centros comerciais/shoppings **2,96**

O nível dos preços nos serviços de restauração e similares **2,92**

O nível dos preços no comércio local/lojas tradicionais **2,90**

Escala: 1- Muito Reduzido; 5-Muito Elevado

### Preocupações com a Segurança

#### Impacto Global 1,67

A possibilidade de ocorrência de epidemias, tais como a COVID-19, condiciona a minha escolha de um destino turístico **1,85**

A possibilidade de ocorrência de epidemias, tais como a COVID-19, constituiu uma preocupação durante esta visita ao Algarve **1,66**

A possível existência de fenómenos de criminalidade e de violência constituiu uma preocupação durante esta visita ao Algarve **1,74**

A possibilidade de ocorrência de ameaças globais, tais como as colocadas por ataques terroristas, constituiu uma preocupação durante esta visita ao Algarve **1,42**

Escala: 1- Discordo totalmente; 5-Concordo totalmente

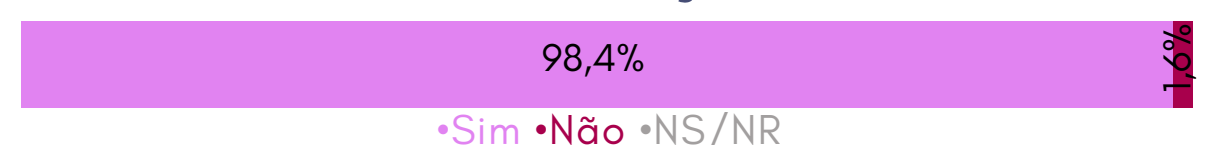


#### Lealdade

### Intenção de regressar nos próximos 5 anos



### Intenção de recomendar



#### Perfil do Turista

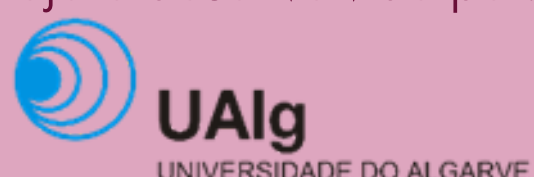
Nas minhas férias, gosto de visitar novos destinos **4,00**

Nas minhas férias, visito destinos bastante exóticos e desconhecidos **3,52**

Gosto de visitar os mesmos destinos porque sei o que esperar **3,41**

Escala: 1- Discordo totalmente; 5-Concordo totalmente

Projeto desenvolvido por:



Parcerias:

