

# PORTUGAL

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



monitur



Amostra  
n=373



Género

Feminino **42,9%**  
Masculino **56,0%**  
Outro **0,3%**  
NS/NR **0,8%**

### Escolaridade



Ens. Básico **8,6%**  
Ens. Secundário **31,6%**  
Ens. Universitário **54,4%**  
NS/NR **5,4%**

### Grupo Etário



18-24 anos **15,5%**  
25-64 anos **61,4%**  
+ 65 anos **6,2%**  
NS/NR **16,9%**

## Logística das Viagens



### Número de Noites

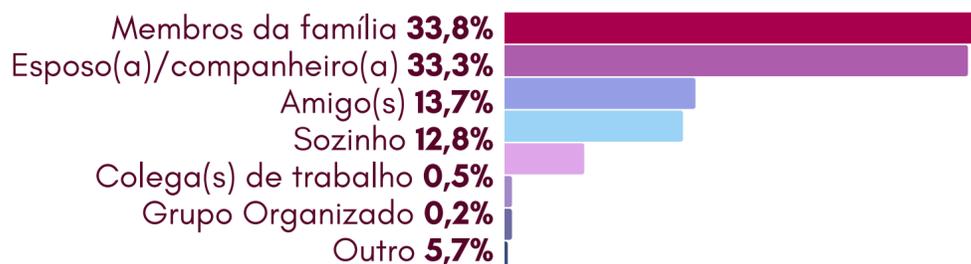
Até 3 noites **32,4%**  
4-7 noites **51,7%**  
8-14 noites **10,5%**  
15-30 noites **3,5%**  
+ 30 noites **1,1%**  
NS/NR **0,8%**



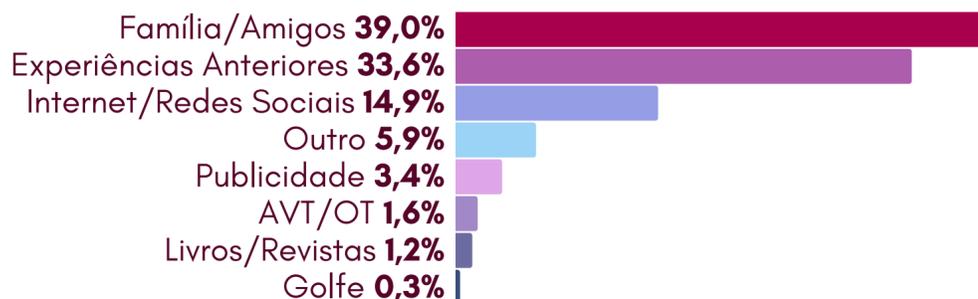
### Visita pela 1ª vez



### Companheiros de Viagem



### Fontes de Informação

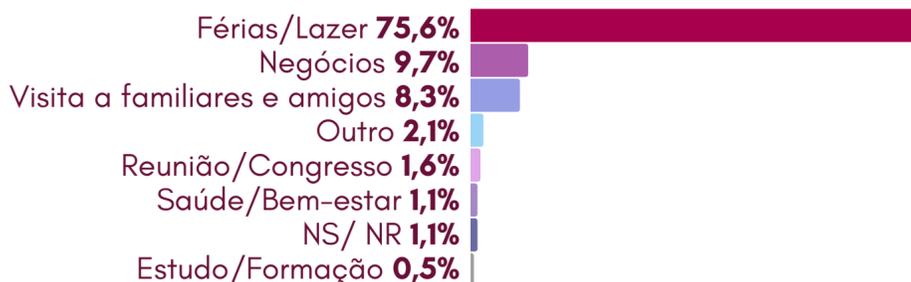


### Tipos de Alojamento



NS/NR - Não sabe/Não responde

### Motivação



## ALGUNS FACTOS

51,7% dos inquiridos de Portugal ficaram de **4 a 7 noites** e 86,9% já tinham visitado o destino anteriormente. Uma grande parte (33,8%) viaja com familiares.

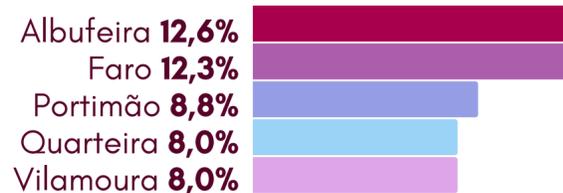
As três principais **fontes de informação** para a escolha do destino são a família/amigos (33,8%), as experiências anteriores (33,6%) e a Internet/meios de comunicação social (14,9%). O **tipo de alojamento** mais escolhido pelos inquiridos foi o alojamento local (37,3%) e o local mais visitado é Quarteira (27,2%).

A principal **motivação** para a visita dos inquiridos ao Algarve são as férias (75,6%). Adicionalmente, as **três atividades mais comuns** realizadas são praia, sol e mar (44,2%), gastronomia (27,9%) e passeios e visitas turísticas (11,0%).

Por último, no que se refere às **redes sociais**, 52,5% dos inquiridos afirmaram ter partilhado conteúdos online no Instagram (46,1%), no WhatsApp (26,5%) e no Facebook (21,3%).



### Os 5 Lugares Mais Visitadas



## Experiência Turística



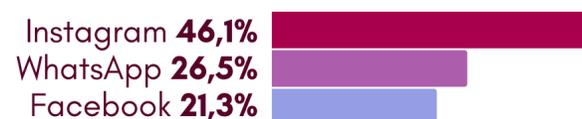
### As 3 atividades Mais Realizadas



### 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/>



Os inquiridos revelam uma certa concordância no que respeita à **avaliação do destino** (3,96), admitindo níveis mais elevados de concordância relativamente à segurança e à qualidade ambiental do destino. Apresentam elevados níveis de **satisfação** (52,3%), e consideram o Algarve igual (38,3%) ou melhor (32,7%) e igualmente seguro (39,9%) ou mais seguro (38,9%) do que outros destinos de sol e mar.

Os inquiridos consideram a **qualidade** do serviço no destino como algo neutro a bom (3,84), com percepções semelhantes dos níveis de qualidade do alojamento, dos serviços turísticos em geral, dos restaurantes, dos centros comerciais e do comércio local.

Além disso, os inquiridos reconhecem os níveis de **preços** como moderados (3,75), classificando-os como mais elevados no alojamento (3,99) do que nos outros serviços.

Os inquiridos revelam-se algo despreocupados com as possibilidades de existência de crime, violência, ataques terroristas e epidemias no Algarve e na escolha do destino (2,26).

A grande maioria dos inquiridos revela elevados níveis de **fidelização**, demonstrando interesse em regressar ao Algarve nos próximos cinco anos (96,0%) e em recomendar o destino a outras pessoas (93,8%).

Paralelamente, revelam vontade de visitar destinos que já conheceram (4,06).

### Avaliação do Destino

**Impacto Global 3,96**

Globalmente, o Algarve é um destino turístico seguro **4,25**

Globalmente, o Algarve possui uma boa qualidade ambiental **3,99**

Globalmente, os residentes no Algarve tratam os turistas com simpatia **3,81**

Globalmente, o Algarve é um destino que preserva o seu património cultural **3,77**

Escala: 1- Discordo totalmente; 5-Concordo totalmente

### Satisfação

**Satisfação Global**



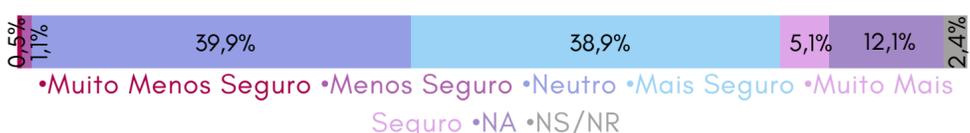
**Visitas prévias a outros destinos de turismo de sol e mar**



**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 3,84**

O nível de qualidade dos serviços de alojamento **3,99**

O nível de qualidade global dos serviços turísticos **3,92**

O nível de qualidade dos serviços de restauração e similares **3,79**

O nível de qualidade dos centros comerciais/shoppings **3,76**

O nível de qualidade do comércio local/lojas tradicionais **3,74**

Escala: 1- Muito Mau; 5-Muito Bom

 **Níveis dos Preços**

**Impacto Global 3,75**

O nível dos preços nos serviços de alojamento **3,99**

O nível global dos preços **3,90**

O nível dos preços nos serviços de restauração e similares **3,89**

O nível dos preços no comércio local/lojas tradicionais **3,59**

O nível dos preços nos centros comerciais/shoppings **3,38**

Escala: 1- Muito Reduzido; 5-Muito Elevado

### Preocupações com a Segurança

**Impacto Global 2,26**

A possível existência de fenómenos de criminalidade e de violência constituiu uma preocupação durante esta visita ao Algarve **2,43**

A possibilidade de ocorrência de epidemias, tais como a COVID-19, condiciona a minha escolha de um destino turístico **2,28**

A possibilidade de ocorrência de ameaças globais, tais como as colocadas por ataques terroristas, constituiu uma preocupação durante esta visita ao Algarve **2,18**

A possibilidade de ocorrência de epidemias, tais como a COVID-19, constituiu uma preocupação durante esta visita ao Algarve **2,16**

Escala: 1- Discordo totalmente; 5-Concordo totalmente

 **Lealdade**

**Intenção de regressar nos próximos 5 anos**



**Intenção de recomendar**



 **Perfil do Turista**

Gosto de visitar os mesmos destinos porque sei o que esperar **4,06**

Nas minhas férias, gosto de visitar novos destinos **3,53**

Nas minhas férias, visito destinos bastante exóticos e desconhecidos **3,41**

Escala: 1- Discordo totalmente; 5-Concordo totalmente