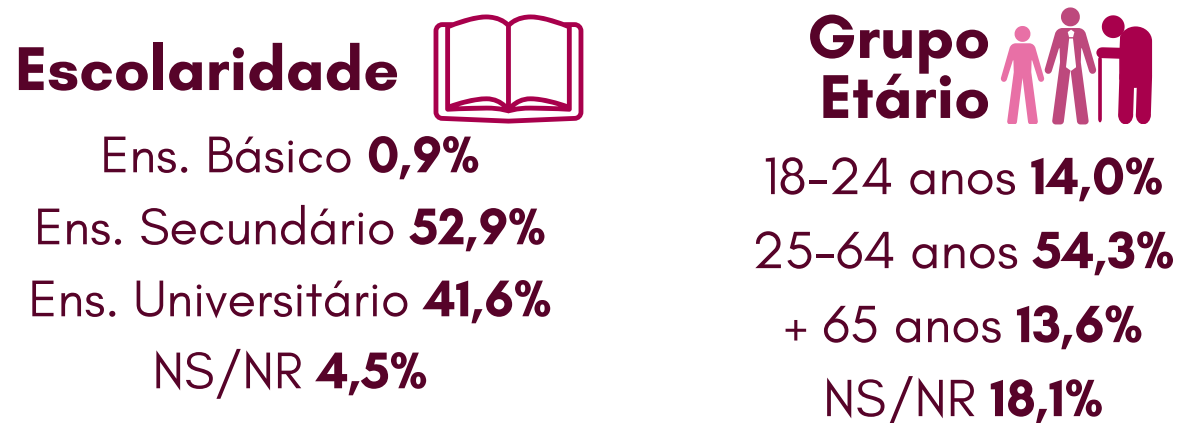


# REINO UNIDO

Perceção dos Turistas - Fact Sheet | Época Alta 2023

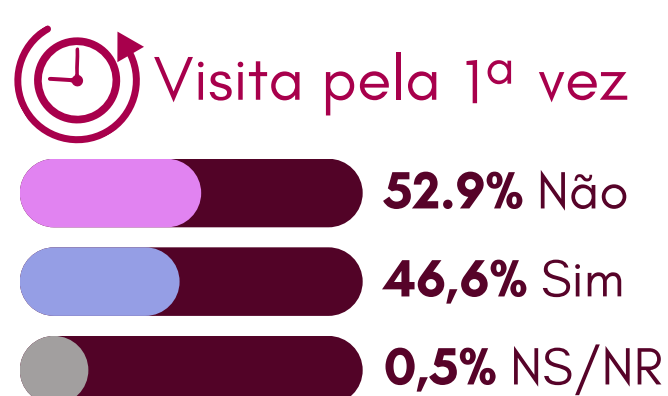
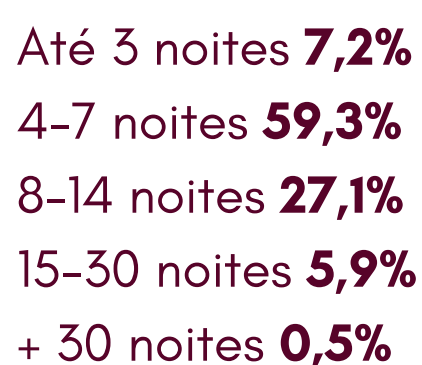


monitur

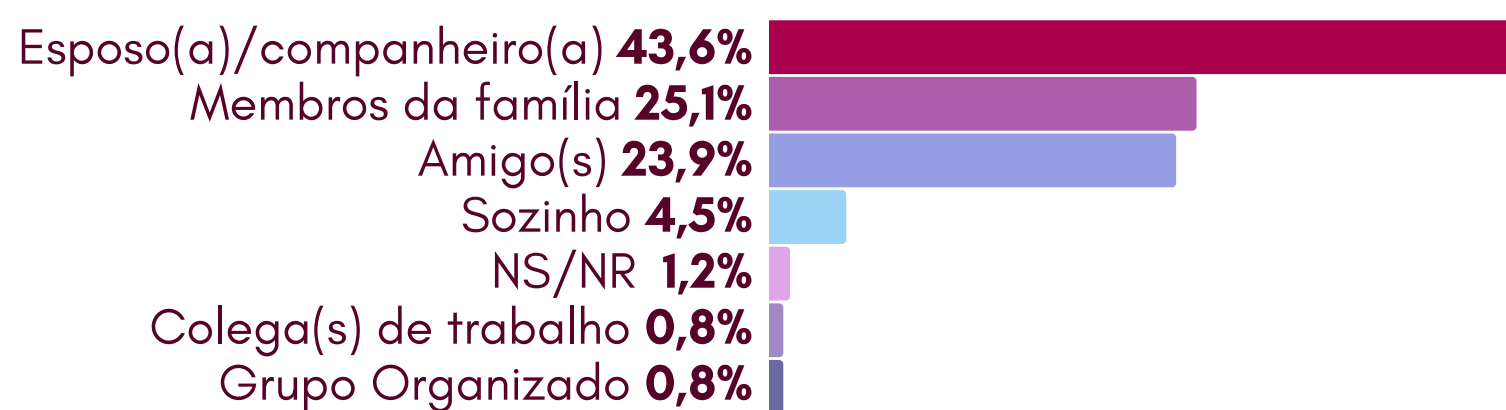


## Logística das Viagens

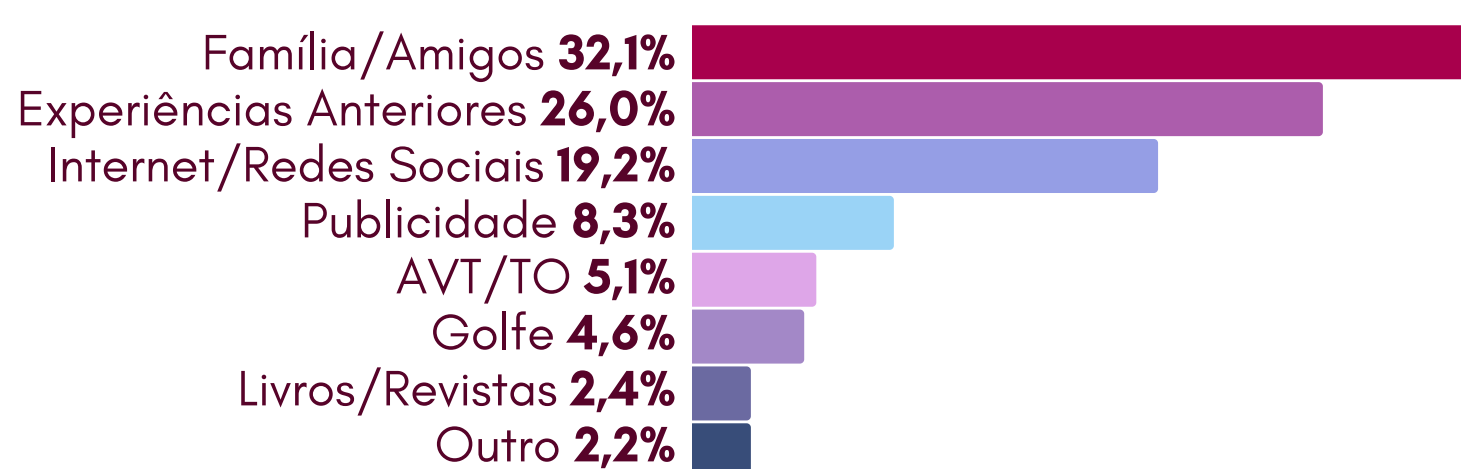
### Número de Noites



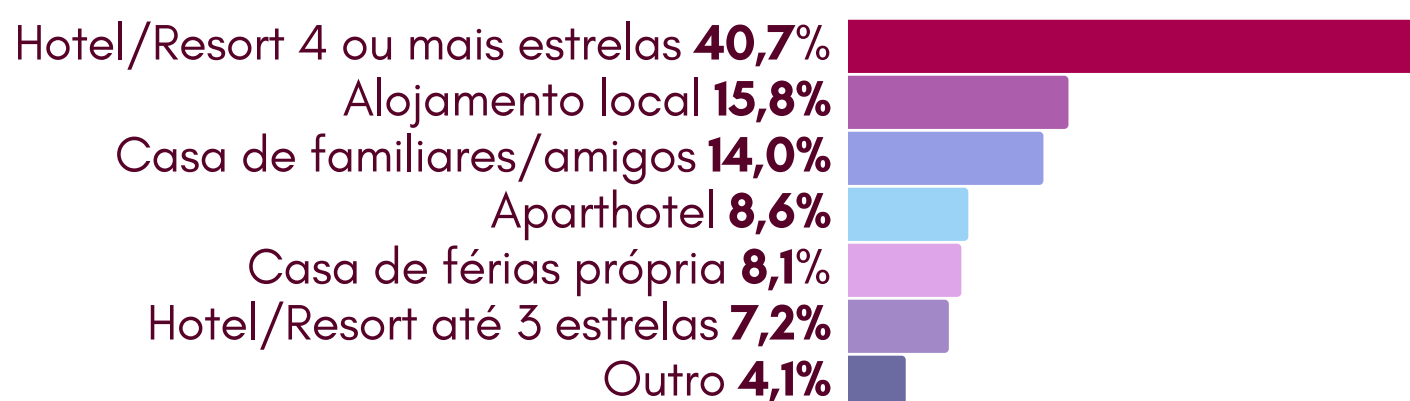
### Companheiros de Viagem



### Fontes de Informação

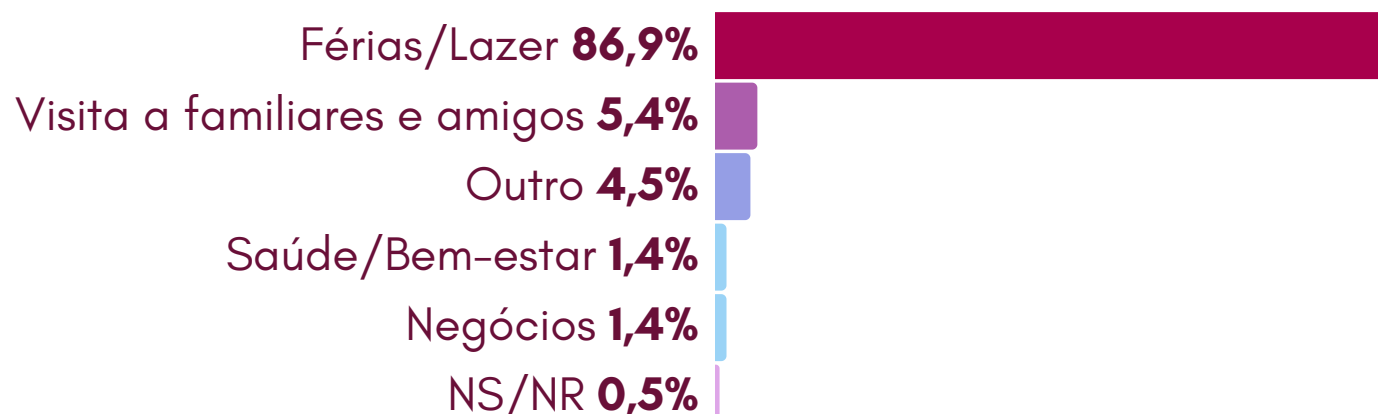


### Tipos de Alojamento



NS/NR - Não sabe/Não responde

### Motivação



## ALGUNS FACTOS

59,3% dos inquiridos do Reino Unido ficam entre **4 e 7 noites** e 52,9% já tinham visitado o destino anteriormente. Os turistas viajam com o cônjuge/parceiro (43,6%), familiares (25,1%) ou amigos (23,9%).

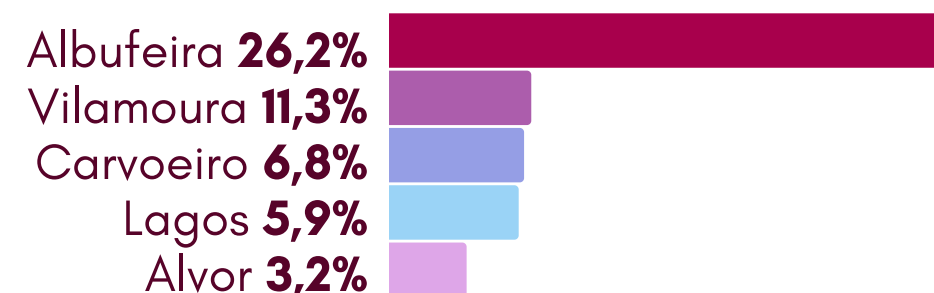
As três principais **fontes de informação** para a escolha do destino são a família/amigos (32,1%), as experiências anteriores (26,0%) e a Internet/meios de comunicação social (19,2%).

O **tipo de alojamento** mais escolhido pelos inquiridos é um hotel/resort de 4 ou mais estrelas (40,7%) e o local mais visitado é Albufeira (26,2%).

A principal **motivação** para a visita dos inquiridos ao Algarve são as férias (86,9%). Adicionalmente, as três **atividades mais comuns** realizadas são praia, sol e mar (36,3%), gastronomia (22,7%) e desporto (9,9%).

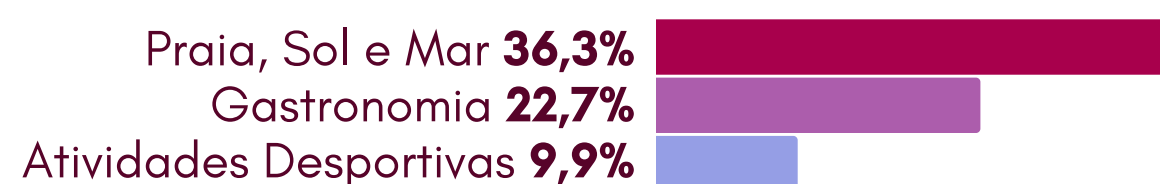
Por último, no que diz respeito às **redes sociais**, 52,0% dos inquiridos afirmam ter partilhado conteúdos online no Instagram (39,0%), no Facebook (28,5%) e no WhatsApp (22,5%).

### Os 5 Lugares Mais Visitadas



### Experiência Turística

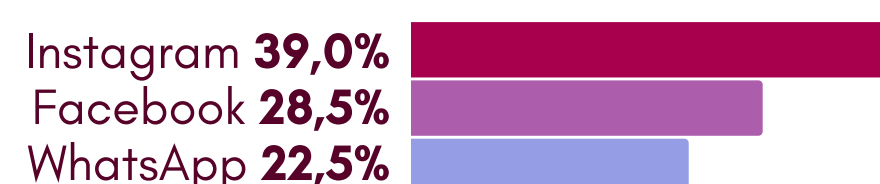
### As 3 atividades Mais Realizadas



### 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/>



# REINO UNIDO

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



Os inquiridos concordam com uma **avaliação** positiva **do destino** (4,09), nomeadamente no que diz respeito à segurança (4,33) e à qualidade ambiental (4,08) do destino.

Apresentam níveis de **satisfação** muito elevados (49,8%), e consideram o Algarve melhor (39,8%) e mais seguro do que outros destinos de sol e mar (40,3%).

Os inquiridos consideram que o destino tem um bom nível de **qualidade** de serviço em geral (4,06), destacando em particular os níveis de qualidade do alojamento, da restauração e dos serviços turísticos em geral.

Além disso, os inquiridos reconhecem os níveis gerais de **preços** no destino como sendo médios (3,17).

Os inquiridos revelam estar despreocupados com as possibilidades de existência de crime, violência, ataques terroristas e epidemias no Algarve e na escolha do destino (1,77).

A grande maioria dos inquiridos revela elevados níveis de **lealdade**, demonstrando interesse em regressar ao Algarve nos próximos cinco anos (82,4%) e em recomendar o destino a outras pessoas (94,6%).

Simultaneamente, revelam vontade de visitar destinos que já experimentaram (3,94).

### Avaliação do Destino

#### Impacto Global 4,09

Globalmente, o Algarve é um destino turístico seguro **4,33**

Globalmente, o Algarve possui uma boa qualidade ambiental **4,08**

Globalmente, o Algarve é um destino que preserva o seu património cultural **4,06**

Globalmente, os residentes no Algarve tratam os turistas com simpatia **3,89**

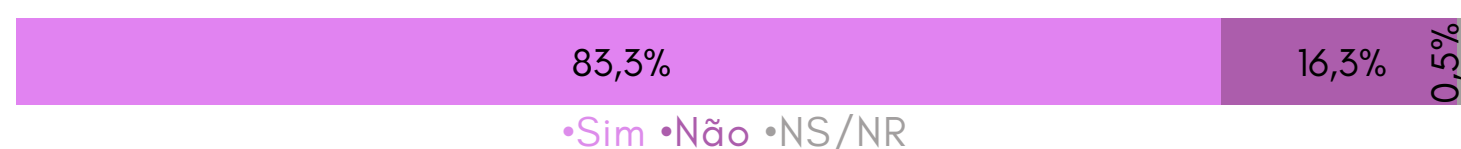
Escala: 1- Discordo totalmente; 5-Concordo totalmente

### Satisfação

#### Satisfação Global



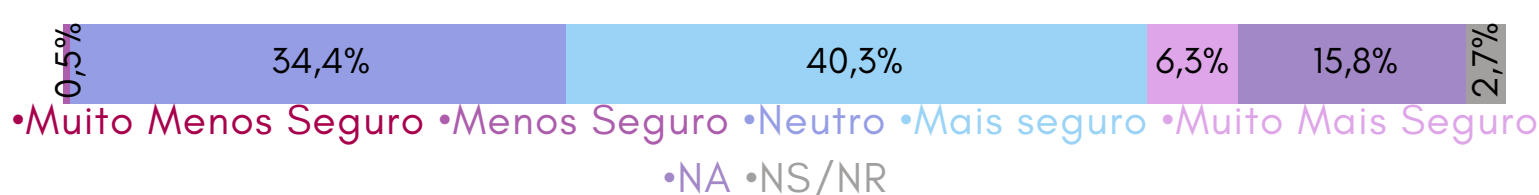
#### Visitas prévias a outros destinos de turismo de sol e mar



#### 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



#### Impacto Global 4,06

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

O nível de qualidade global dos serviços turísticos **4,18**

O nível de qualidade dos serviços de restauração e similares **4,17**

O nível de qualidade do comércio local/lojas tradicionais **3,86**

O nível de qualidade dos centros comerciais/shoppings **3,79**

Escala: 1- Muito Mau; 5-Muito Bom



#### Impacto Global 3,17

O nível dos preços nos serviços de alojamento **3,26**

O nível global dos preços **3,22**

O nível dos preços nos serviços de restauração e similares **3,21**

O nível dos preços nos centros comerciais/shoppings **3,09**

O nível dos preços no comércio local/lojas tradicionais **3,08**

Escala: 1- Muito Reduzido; 5-Muito Elevado

### Preocupações com a Segurança

#### Impacto Global 1,77

A possível existência de fenómenos de criminalidade e de violência constituiu uma preocupação durante esta visita ao Algarve **1,85**

A possibilidade de ocorrência de epidemias, tais como a COVID-19, condiciona a minha escolha de um destino turístico **1,78**

A possibilidade de ocorrência de epidemias, tais como a COVID-19, constituiu uma preocupação durante esta visita ao Algarve **1,76**

A possibilidade de ocorrência de ameaças globais, tais como as colocadas por ataques terroristas, constituiu uma preocupação durante esta visita ao Algarve **1,67**

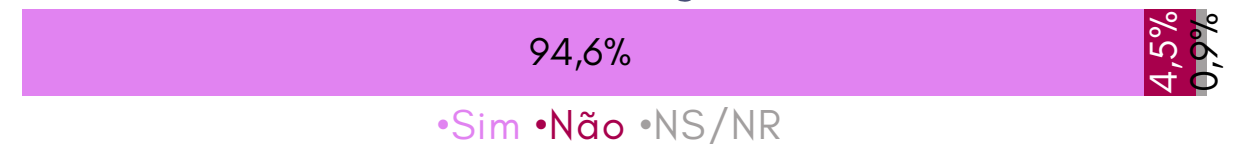
Escala: 1- Discordo totalmente; 5-Concordo totalmente



### Intenção de regressar nos próximos 5 anos



### Intenção de recomendar



### Perfil do Turista

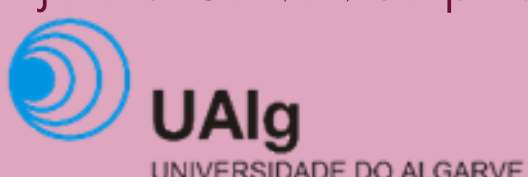
Nas minhas férias, gosto de visitar novos destinos **3,94**

Nas minhas férias, visito destinos bastante exóticos e desconhecidos **3,60**

Gosto de visitar os mesmos destinos porque sei o que esperar **3,44**

Escala: 1- Discordo totalmente; 5-Concordo totalmente

Projeto desenvolvido por:



Parcerias:

