

Projeto 4PORT

Apresentação do estudo sobre os hábitos de consumo dos passageiros dos navios de cruzeiro e respetivas competências digitais.

Iniciativa cofinanciada pelo Interreg MAC 2014-2020 e promovida pela ACIF-CCIM – Associação Comercial e Industrial do Funchal – Câmara de Comércio e Indústria da Madeira.



MAC 2014-2020
Cooperación Territorial



Projeto 4Port

Hábitos de consumo dos passageiros dos navios de cruzeiro e respetivas competências digitais



MAC 2014-2020
Cooperación Territorial

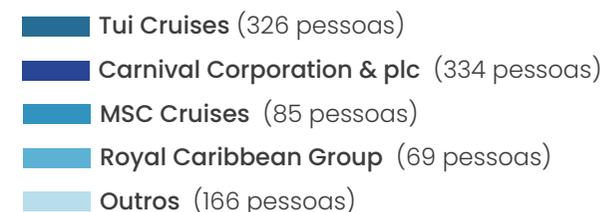
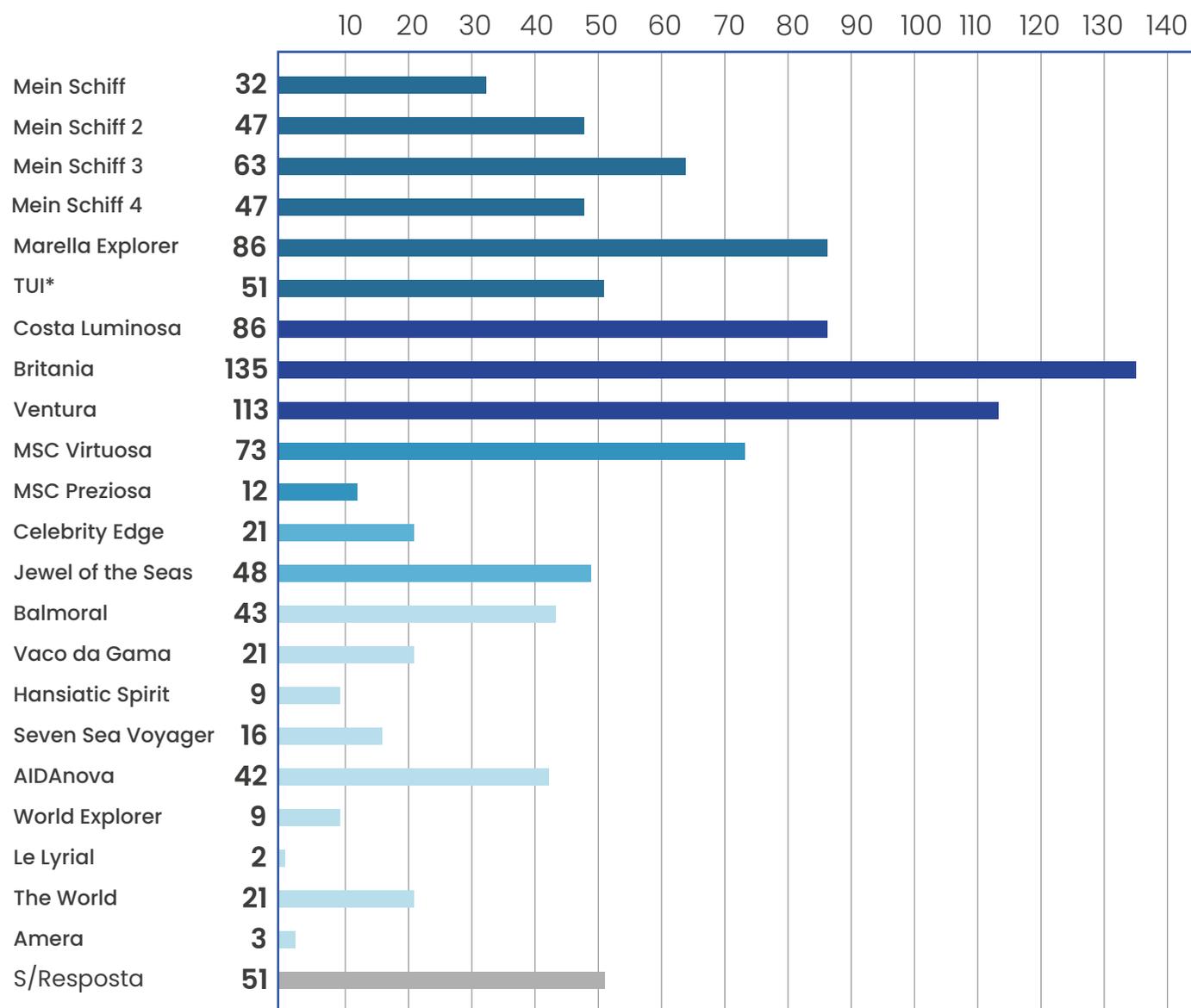


Fundación Europea de Desarrollo Regional

Hábitos de consumo dos passageiros dos navios de cruzeiro e respectivas competências digitais

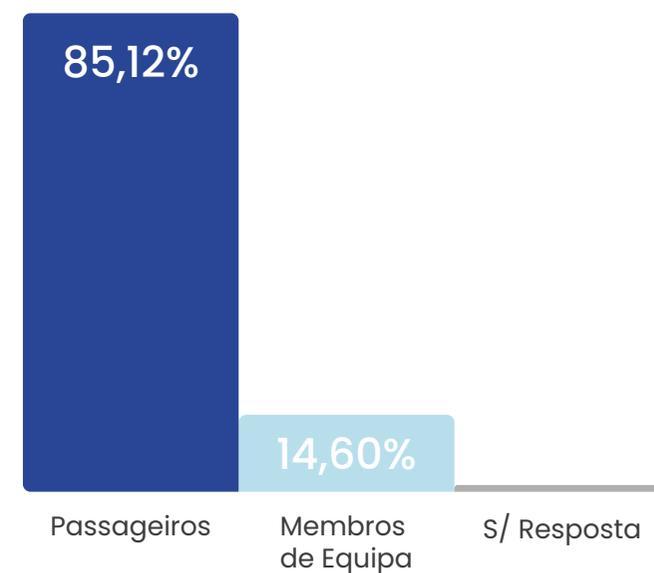
- 1** Criação de Inquéritos em 6 línguas
Português, Inglês, Francês, Italiano, Chinês, Alemão
- 2** Realização dos inquéritos no terminal de cruzeiros
Total de 1055 inquéritos preenchidos
- 3** Recolha de todos os dados para análise, definindo vários parâmetros de referência e referência cruzada;
- 4** Após todo o processo de análise, traduzimos os resultados para um formato simplificado de leitura e compreensão rápida.

Cruzeiro/Companhia em que viaja



*Apenas tinha referência da companhia

Tipo de Passageiro

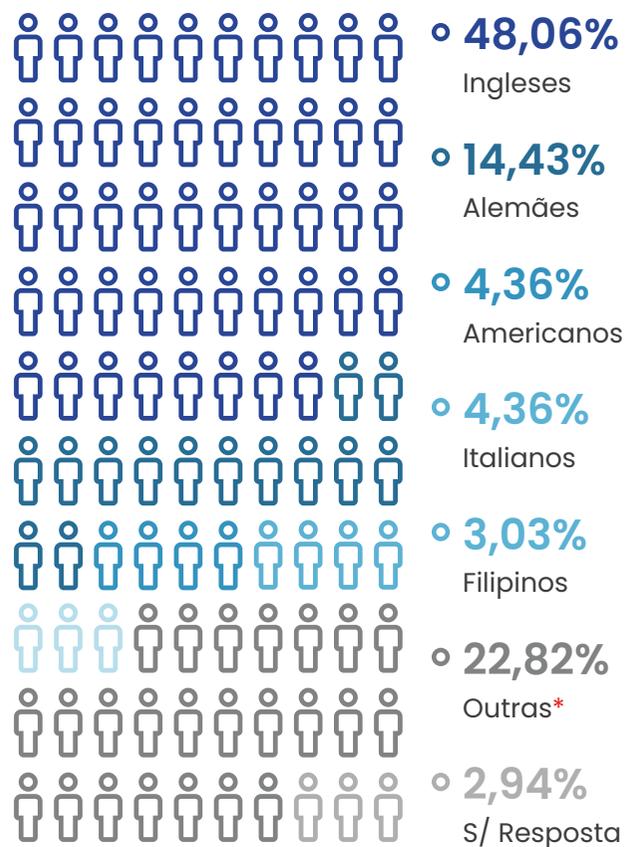


Dados do Inquirido

Nº Total de Inquiridos

1055

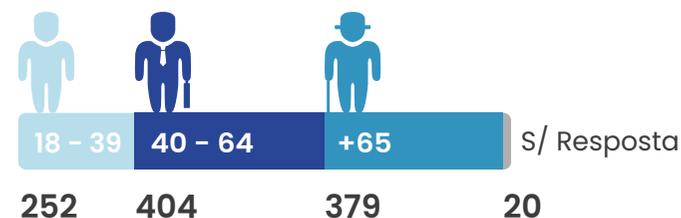
Nacionalidade



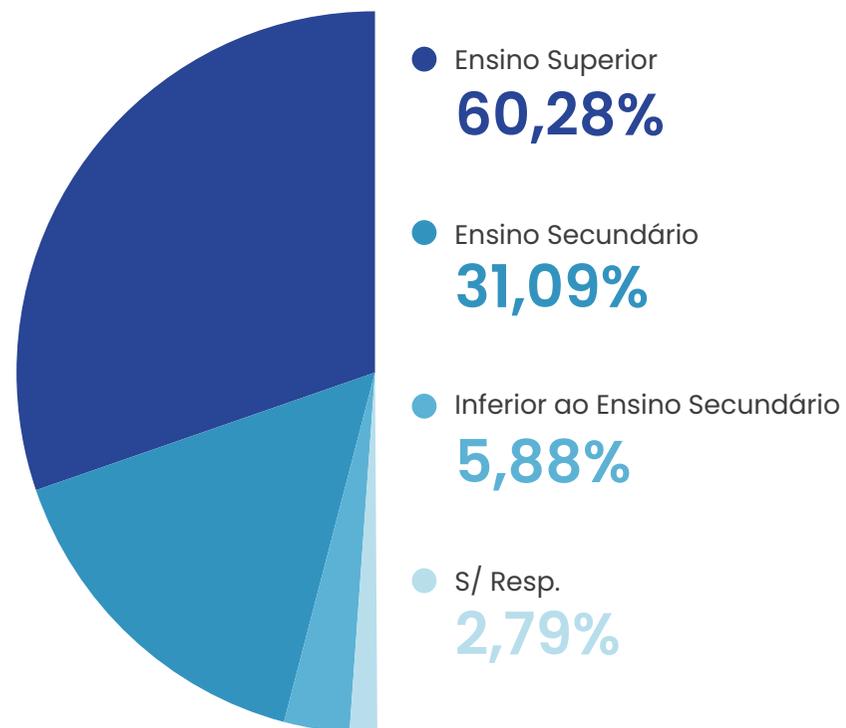
*Neste grupo encontram-se 42 nacionalidades, sendo os mais revelantes (maior nº de pessoas) de nacionalidade indiana, escocesa, brasileira, indonésa, suíça, austríaca, portuguesa, francesa e holandesa em ordem decrescente.

Nacionalidades restantes presentes no grupo: Birmanêsa, peruana, húngara, mexicana, tunisiana, belga, sérvia, quirguizistã, ucraniana, búlgara, eslovaca, malasiana, espanhola, romena, dinamarquesa, grega, venezuelana, hondurenha, catalã, etopiana, irlandesa, andorrana, polaca, queniana, croata, mauriciana, guianense, cambojana, jamaicana, neerlandesa, russa, bosniana e galesa.

Idade

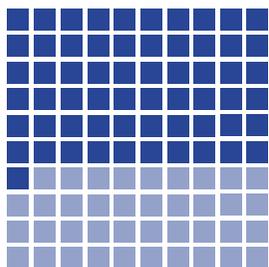


Habilitações Literárias



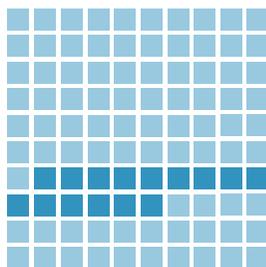
Nº de Viajantes no Grupo do Inquirido

60,76%



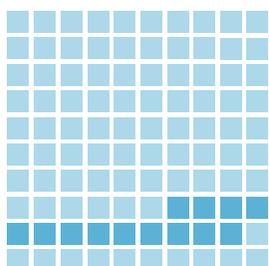
Viajam com outra pessoa

15,07%



Viajam num grupo de 3 a 4 pessoas

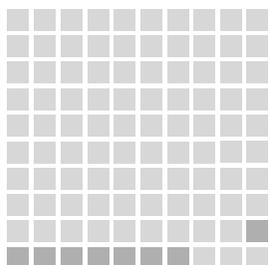
13,18%



Viajam sozinhos

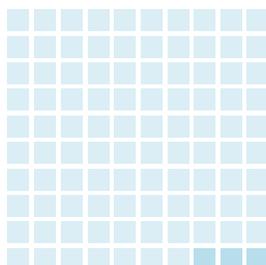
44,44%
dos inquiridos que viajam sozinhos são membros da tripulação

7,77%



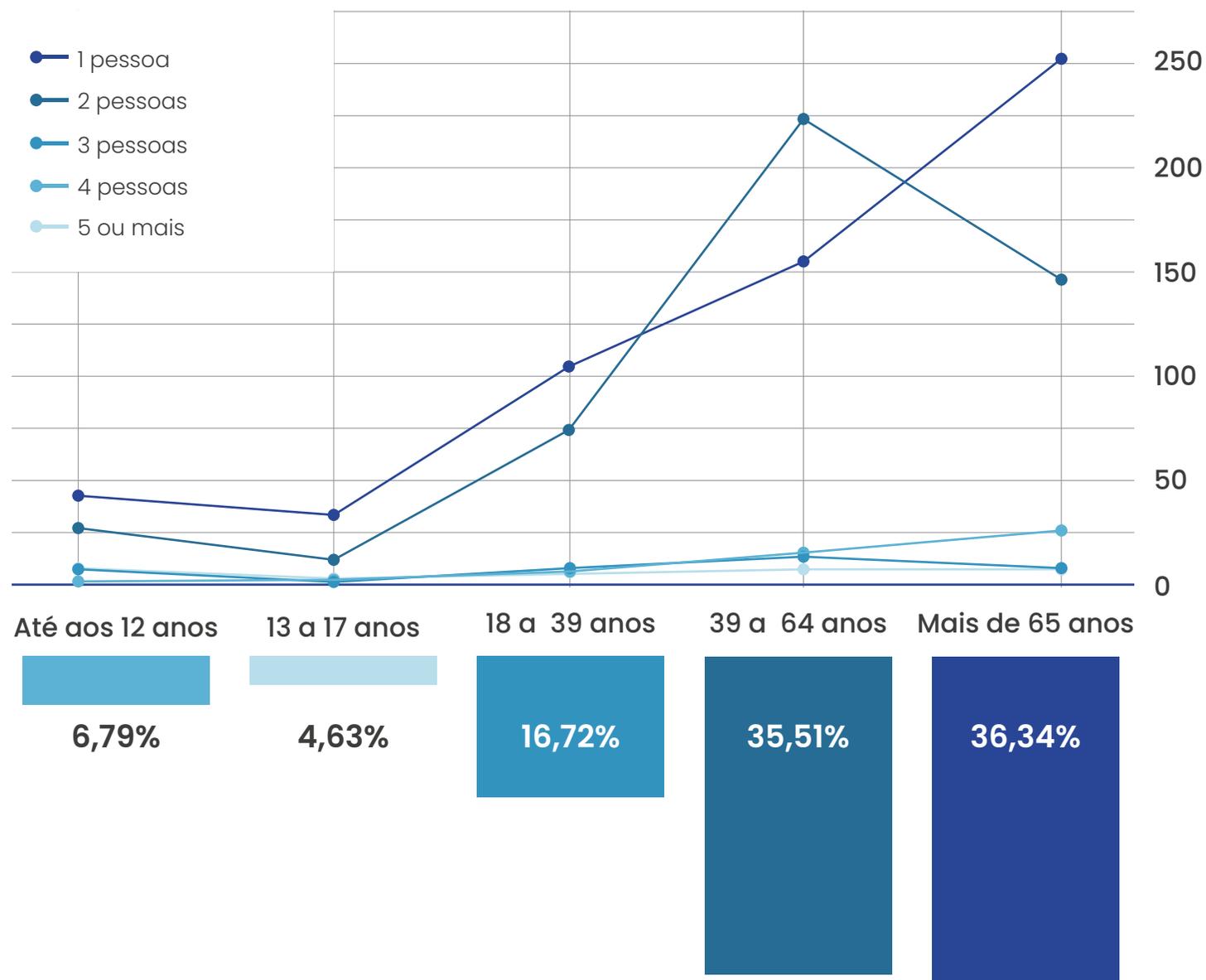
S/ Resposta

3,22%



Viajam num grupo de 5 ou mais

Idades do Grupo



Visita Turística

62%  Pessoas fizeram um passeio pela Cidade

26%  Pessoas fizeram um passeio de Teleférico

19%  Pessoas visitaram o Jardim Botânico

31%  Pessoas visitaram o Mercado dos Lavradores

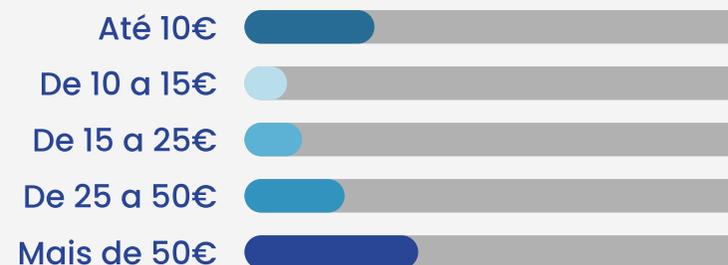
13%  Pessoas visitaram o Museus e/ou Igrejas

Outras atividades que foram referidas

Passeio de Tobogã
 Prova de Vinhos
 Museu do Palacio Monte
 Museu do CR7
 Passeio de Buggy
 Passeio de Bicicleta
 Reid's Palace

★★★★☆ 8,91 (734 ratings)

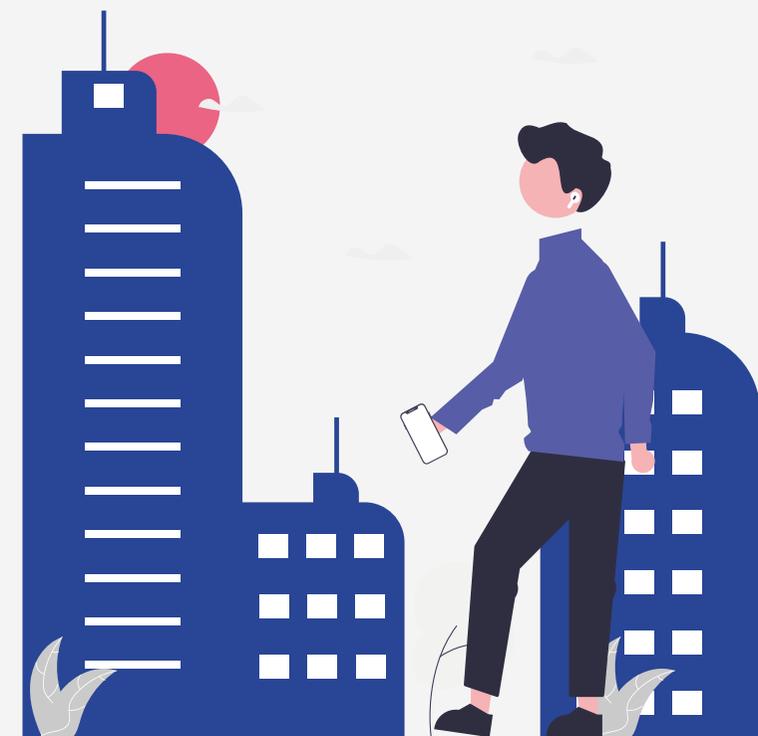
Consumo por Pessoa



MÉDIA DE CONSUMO

34.97€

No total responderam
685 pessoas



Atividade Marítima

2,5%  Pessoas realizaram um passeio de barco

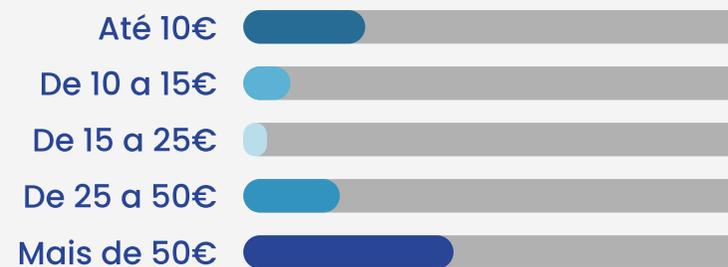
0,5%  Pessoas realizaram Mergulho

Outras atividades que foram referidas

- Observar Baleias
- Observar Golfinhos
- Coasteering

★★★★☆ 8,15 (54 ratings)

Consumo por Pessoa



MÉDIA DE CONSUMO

38.93€

No total responderam
21 pessoas



Atividade de Montanha & Natureza

62%  Pessoas fizeram uma Levada

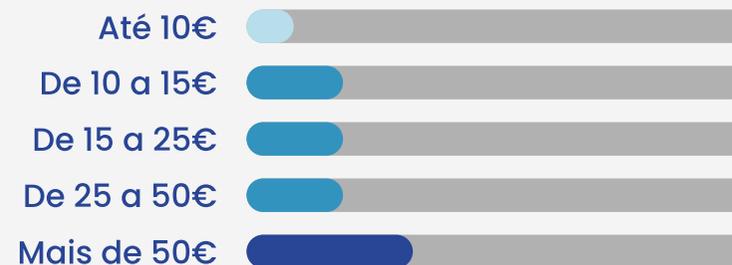
26%  Pessoas fizeram uma atividades desportiva (BTT, Canyoning..)

Outras atividades que foram referidas

Praia
Passeio de Jipe
Parque & Parque Infantil
Visitar o Cristo Rei
Golf
Visitar o Cabo Girão
Passeio pela Montanha

 9,12 (105 ratings)

Consumo por Pessoa



MÉDIA DE CONSUMO

35.71€

No total responderam
42 pessoas



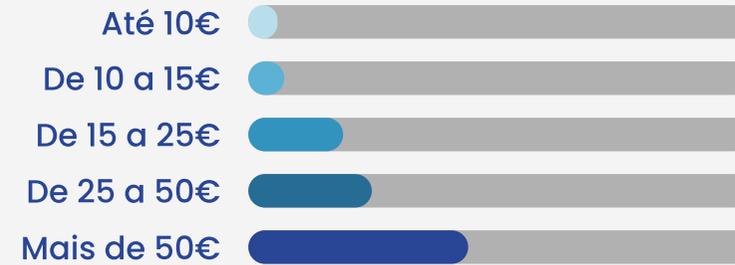
Excursão

15%



Pessoas realizaram uma excursão

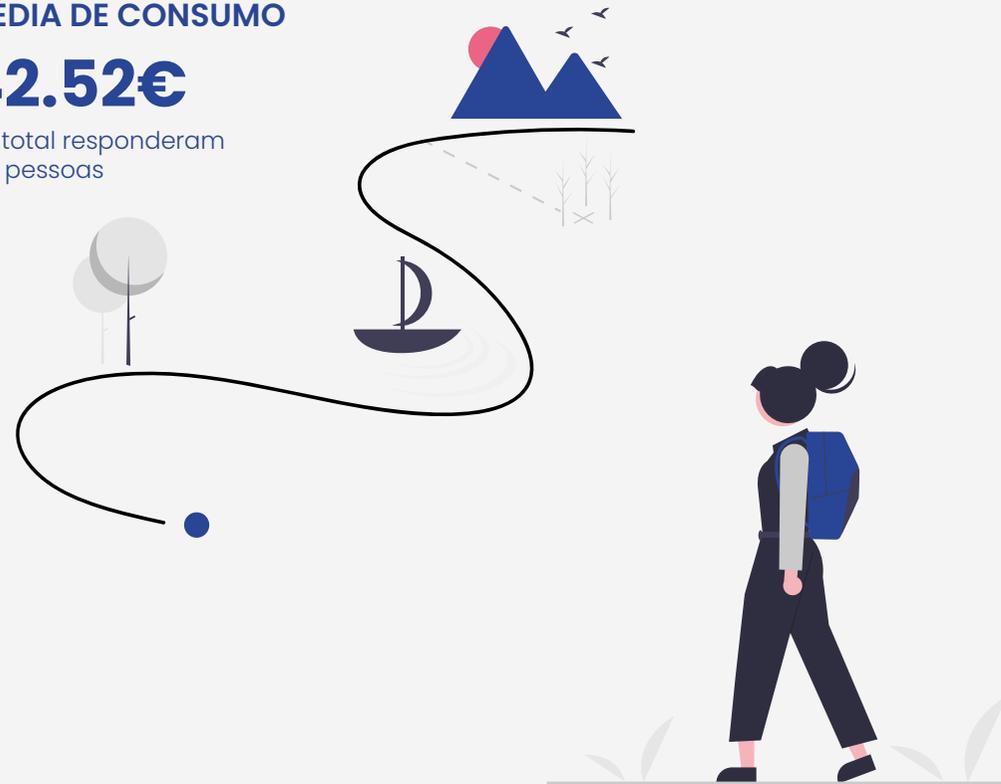
Consumo por Pessoa



MÉDIA DE CONSUMO

42.52€

No total responderam
133 pessoas



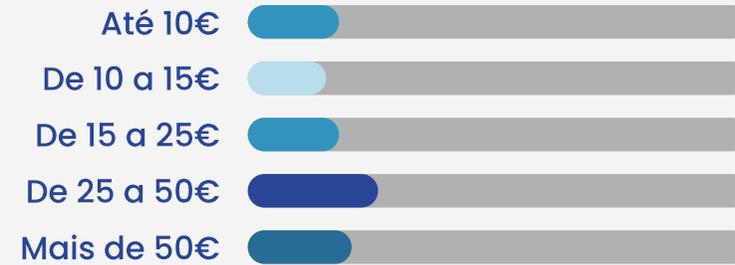
★★★★☆ 8,73 (174 ratings)

Restauração

51%  Pessoas comeram em restaurantes

 8,95 (490 ratings)

Consumo por Pessoa



MÉDIA DE CONSUMO

30.21€

No total responderam
466 pessoas



Compras

32%  Pessoas compraram Produtos Regionais

30,5%  Pessoas compraram Lembranças

16,5%  Pessoas compraram Vestuário

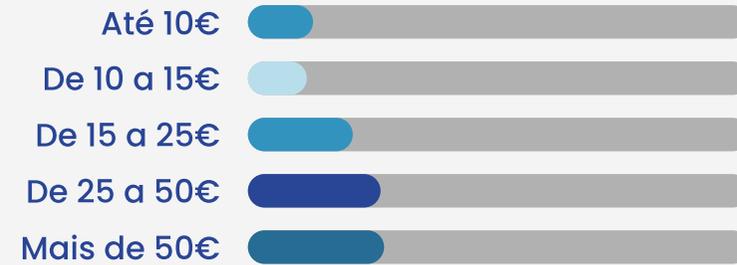
2%  Pessoas compraram Tecnologia

Outras atividades que foram referidas

Farmácia
Supermercado
Brinquedos

★★★★☆ 8,62 (548 ratings)

Consumo por Pessoa



MÉDIA DE CONSUMO

34.48€

No total responderam
550 pessoas



Totais de Consumo

Visita Turística

23952.5€



Atividades Marítimas

817.5€



Montanha & Natureza

1500€



Excursão

5655€



Restauração

14080€



Compras

18965€



Total de Consumo

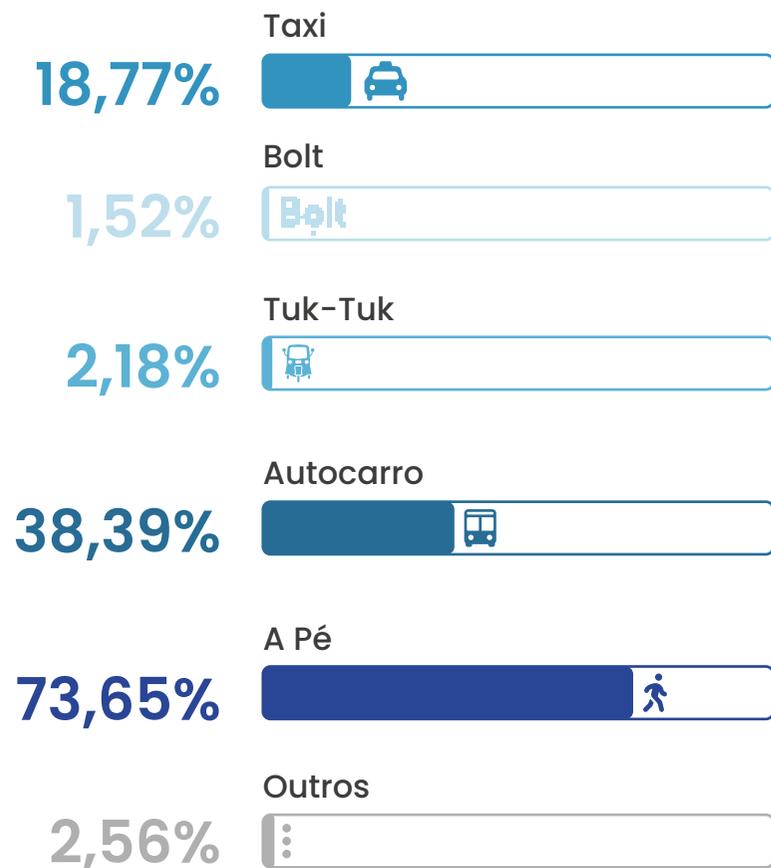
64970€

Média Geral de Consumo

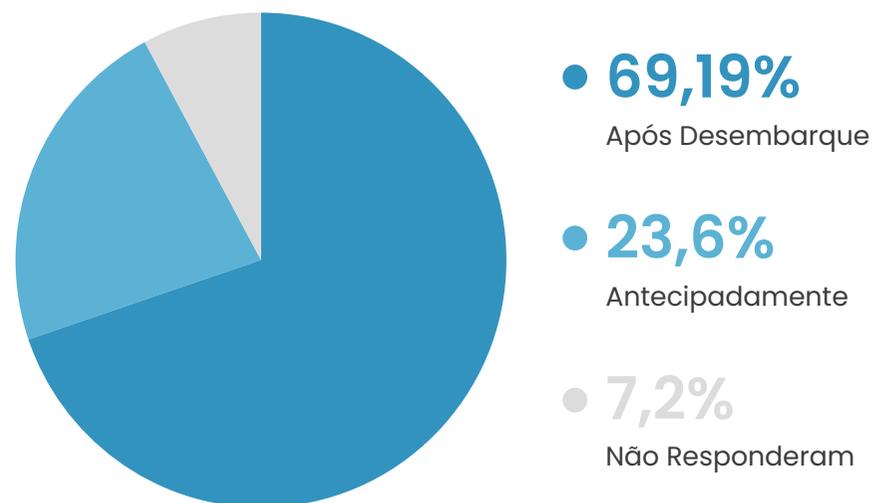
61.40€



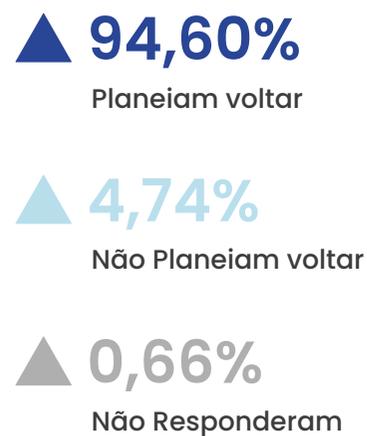
Serviços de Transporte Utilizados



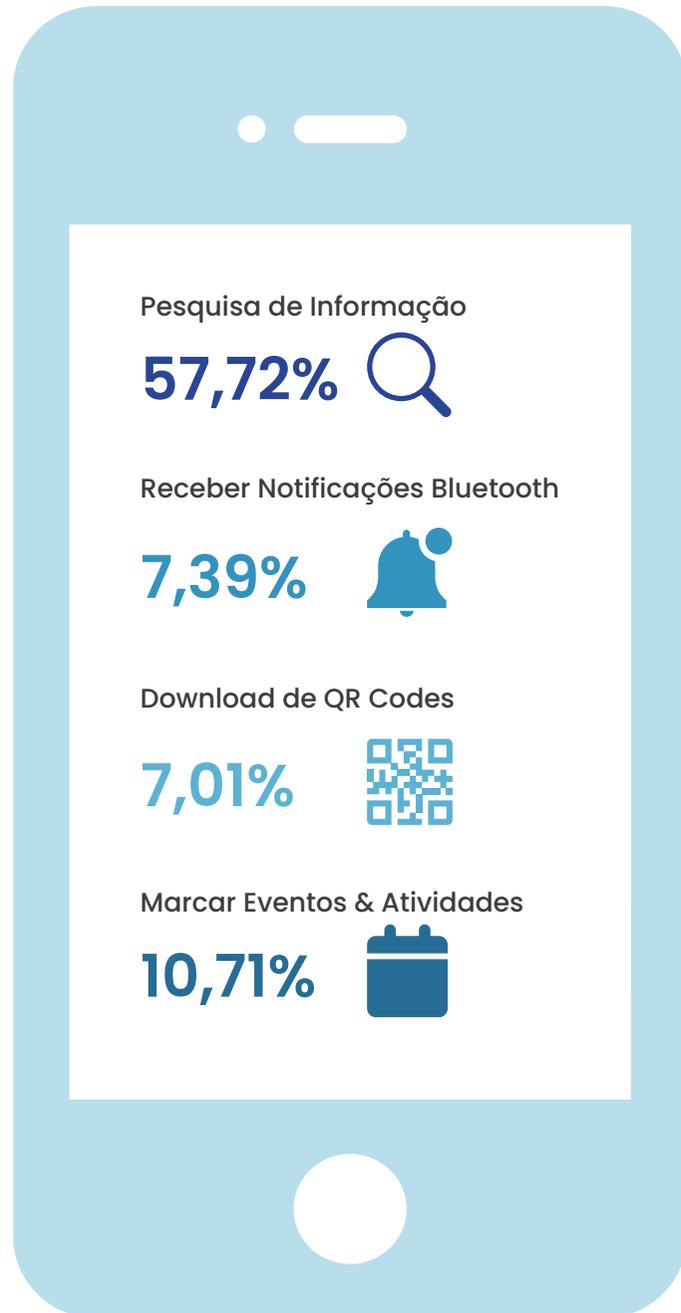
Planeamento de Atividades



Planos de Voltar



Uso de SmartPhone



Nível de Desenvoltura Digital

Bom



Médio



Muito Bom



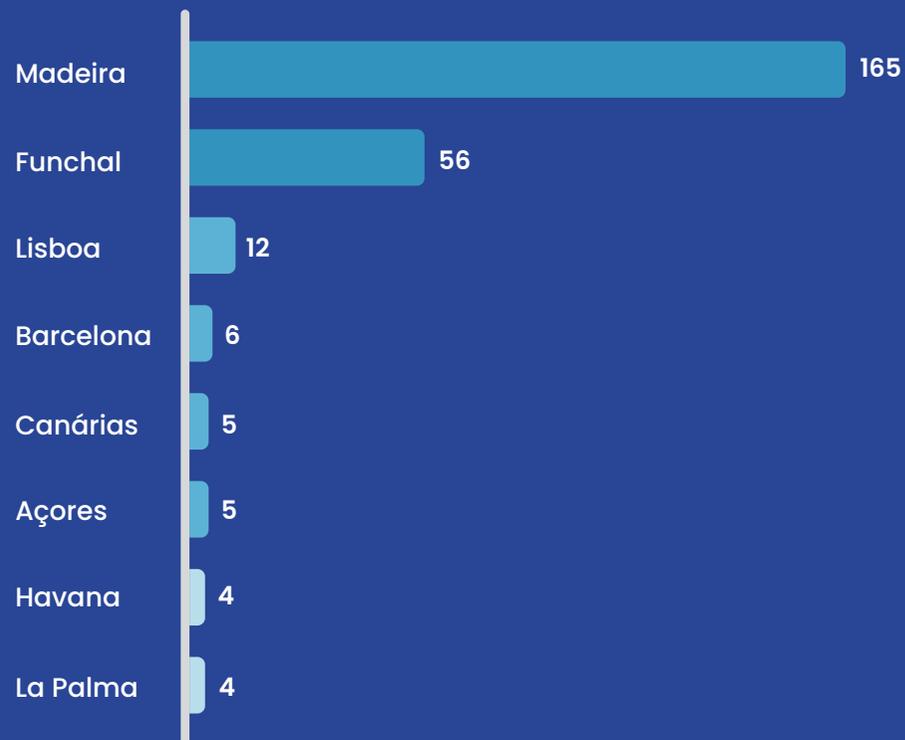
Mau



N/ Resp.



Cidades/Regiões Preferidas na escala do Cruzeiro



Outra respostas

Cuba, Tenerife, Malega, Antigua, Portugal, Gibraltar, Caraibas, Jamaica, Miami, Amesterdão, Ponta Delgada, Lanzarote, St. Lúcia e S. Miguel.

Outras estatísticas

55,26% das pessoas que deram um passeio pela Cidade realizaram outra atividade

16,49% das pessoas realizaram 4 das 5 atividades

3,41% das pessoas realizaram todas as atividades

23,22% das pessoas que deram um passeio pela cidade visitaram o Mercado dos Lavradores

7,01% das pessoas que andaram de teleférico também visitaram o Jardim Botânico e o Mercado dos Lavradores

Conclusões

Público-Alvo

Estrangeiros com idade acima de jovem adulto (40 - 65+), com **ensino superior** e **acompanhados** de outra pessoa. **Sem planos** definidos na visita.

Consumo

Média de consumo de **61,40€**.

Gastos primários em “**Visita Turística**”, “**Restauração**” e “**Compras**”.

O maior gasto em “Compras” é cultural. Destaque dos **Produtos Regionais** e **Lembranças Locais**.

Satisfação

94.6% dos visitantes planeiam voltar a visitar.

21% dos inquiridos responderam que a Madeira/-Funchal tinham sido a melhor visita na escala do seu cruzeiro.

Os ratings dados por atividade são bastante altos, rondando entre os 8-9 de 1/10 estrelas.

Estes resultados indicam:

Mercado com potencial para crescer;

Pode ser uma boa aposta investir mais na parte digital para dar a conhecer as atividades existentes;

Agradar ao público alvo irá garantir um turismo saudável;

Atrair um público mais jovem, através da divulgação e criação de novas atividades poderá fazer crescer exponencialmente o turismo;

Planos pré-planeados podem funcionar bem, uma vez que grande parte dos visitantes não vem com planos.

