

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

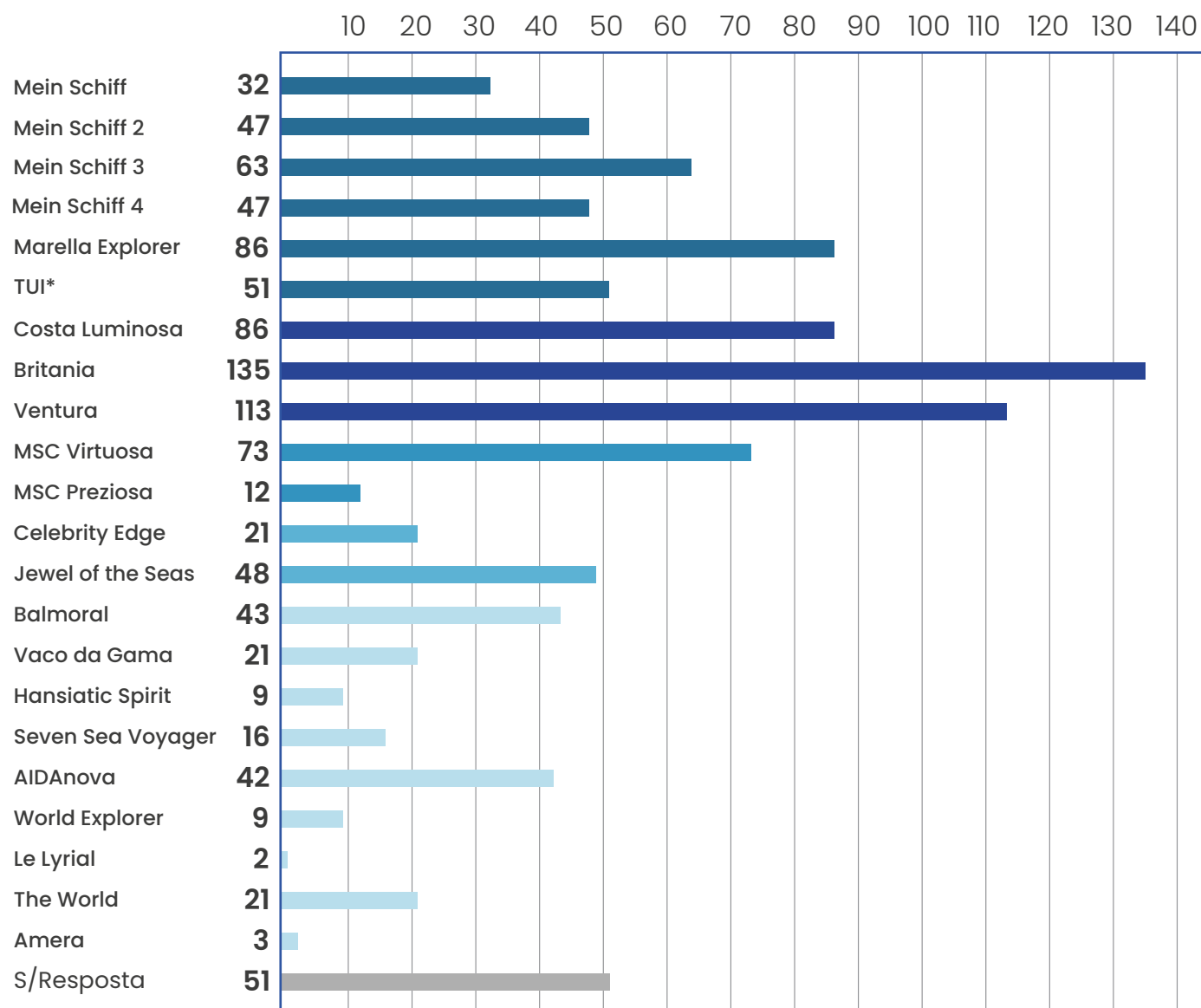


Fundación Europea de Desarrollo Regional

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

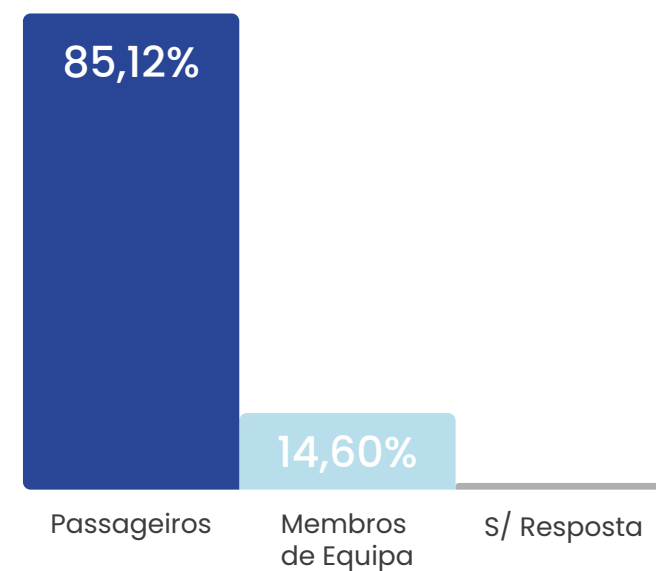
- 1** Criação de Inquéritos em 6 línguas
Português, Inglês, Francês, Italiano, Chinês, Alemão
- 2** Realização dos inquéritos no terminal de cruzeiros
Total de 1055 inquéritos preenchidos
- 3** Recolha de todos os dados para análise, definindo vários parâmetros de referência e referência cruzada;
- 4** 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

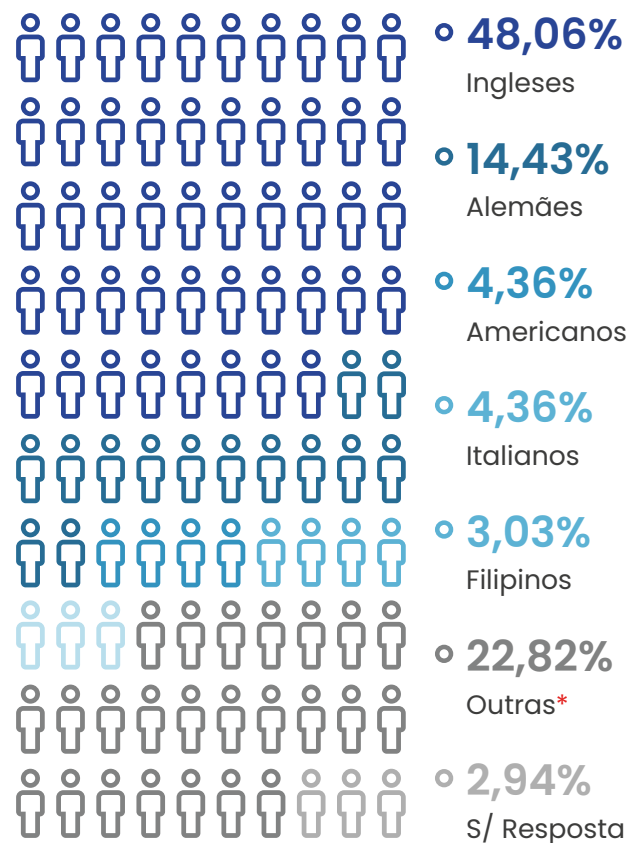


Dados do Inquirido

Nº Total de Inquiridos

1055

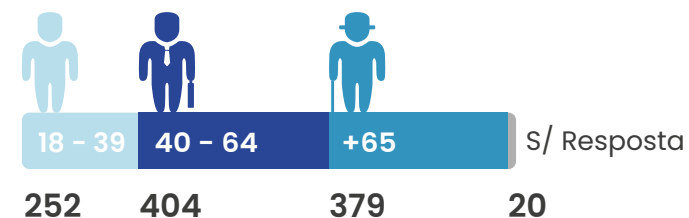
Nacionalidade



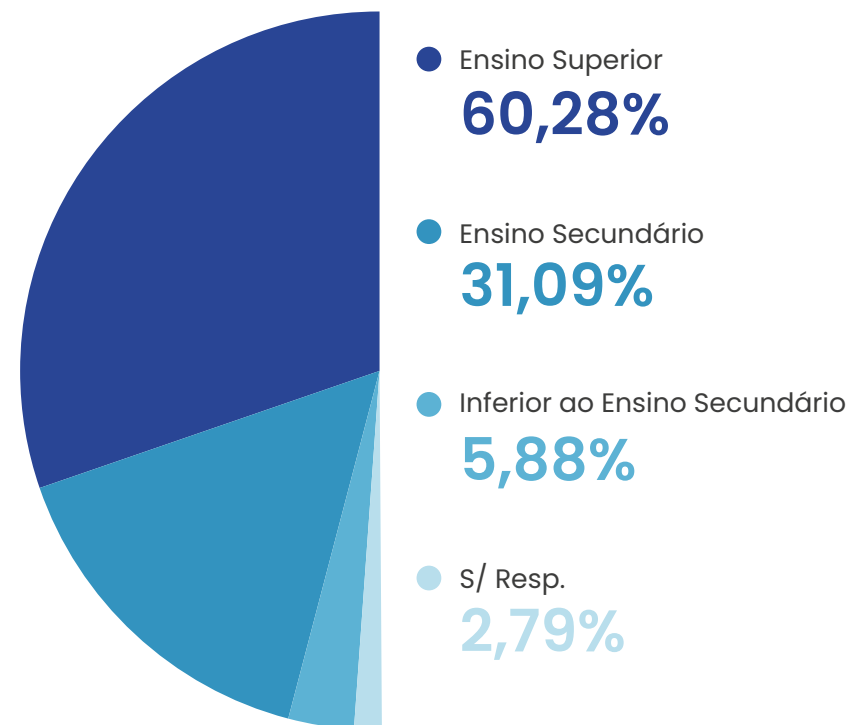
*Neste grupo encontram-se 42 nacionalidades, sendo os mais revelantes (maior nº de pessoas) de nacionalidade indiana, escocesa, brasileira, indonésa, suíça, austríaca, portuguesa, francesa e holandesa em ordem decrescente.

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

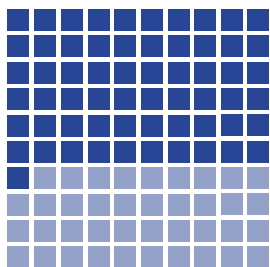


Habilitações Literárias



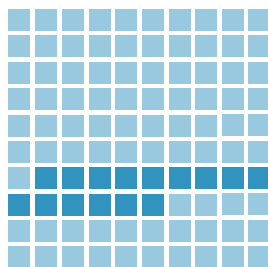
Nº de Viajantes no Grupo do Inquirido

60,76%



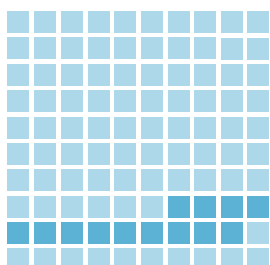
Viajam com outra pessoa

15,07%



Viajam num grupo de 3 a 4 pessoas

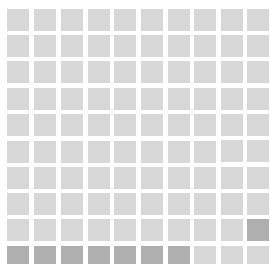
13,18%



Viajam sozinhos

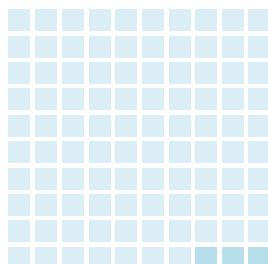
44,44% dos inquiridos que viajam sozinhos são membros da tripulação

7,77%



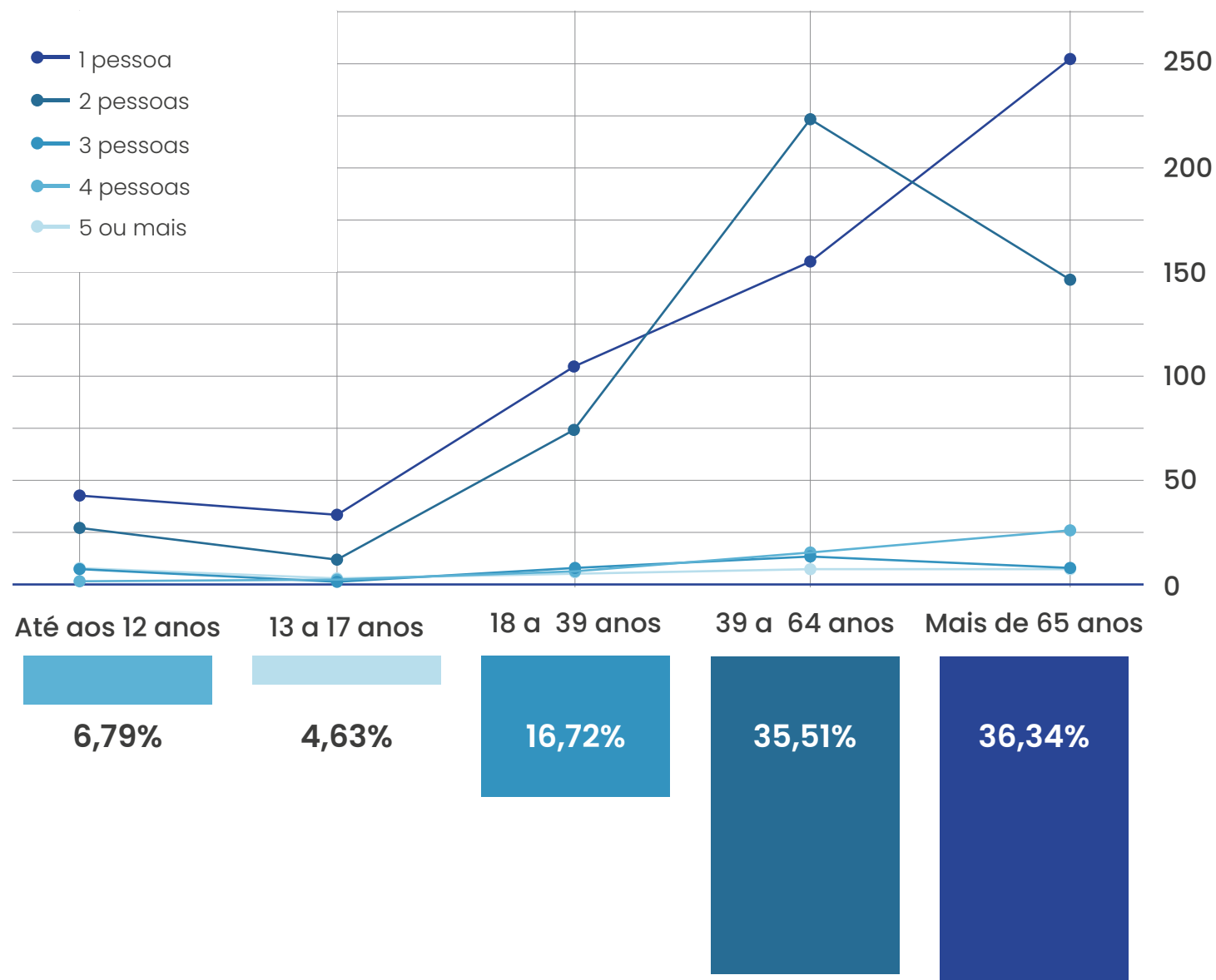
S/ Resposta

3,22%



Viajam num grupo de 5 ou mais

Idades do Grupo



Visita Turística

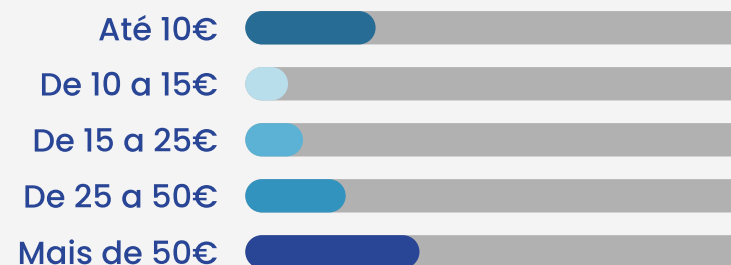


Outras atividades que foram referidas

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

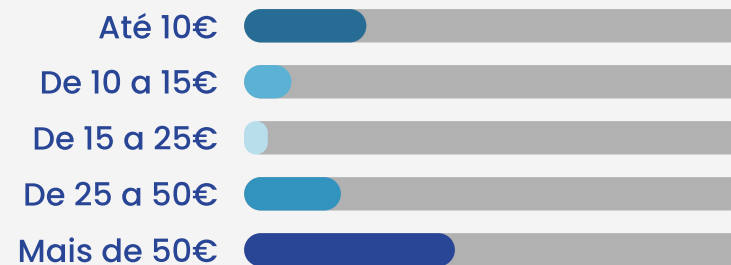
0,5%  Pessoas realizaram Mergulho

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

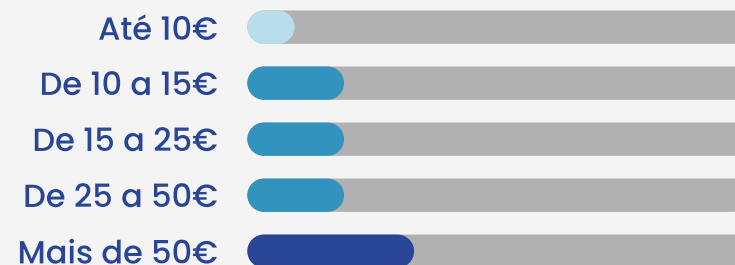
26%  Pessoas fizeram uma atividades desportiva (BTT, Canyoning..)

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€

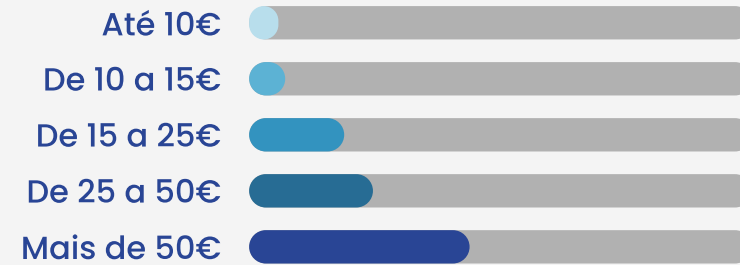
No total responderam
42 pessoas



Excursão

15%  Pessoas realizaram uma excursão

Consumo por Pessoa



MÉDIA DE CONSUMO

42.52€

No total responderam
133 pessoas



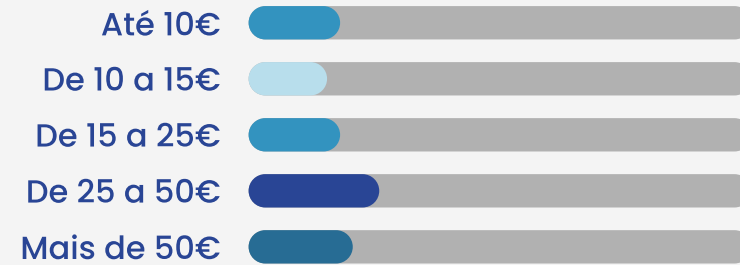
★★★★☆ 8,73 (174 ratings)

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

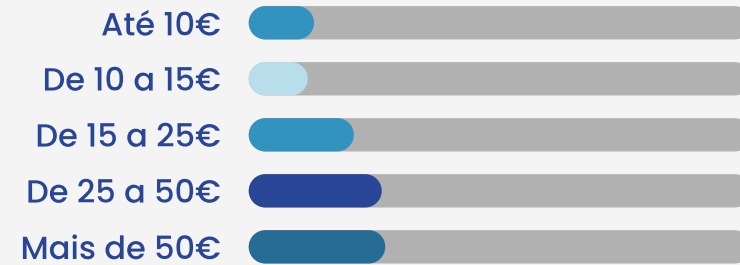
2%  Pessoas compraram Tecnologia

Outras atividades que foram referidas

Farmácia
Supermercado
Brinquedos

★★★★☆ 8,62 (548 ratings)

Consumo por Pessoa



MÉDIA DE CONSUMO

34.48€

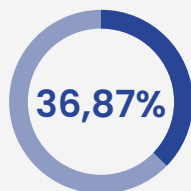
No total responderam
550 pessoas



Totais de Consumo

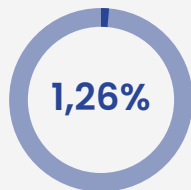
Visita Turística

23952.5€



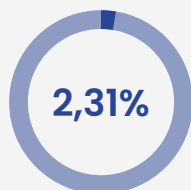
Atividades Marítimas

817.5€



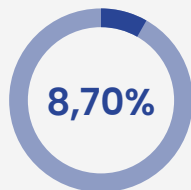
Montanha & Natureza

1500€



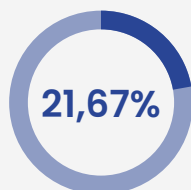
Excursão

5655€



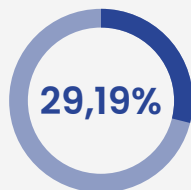
Restauração

14080€



Compras

18965€



Total de Consumo

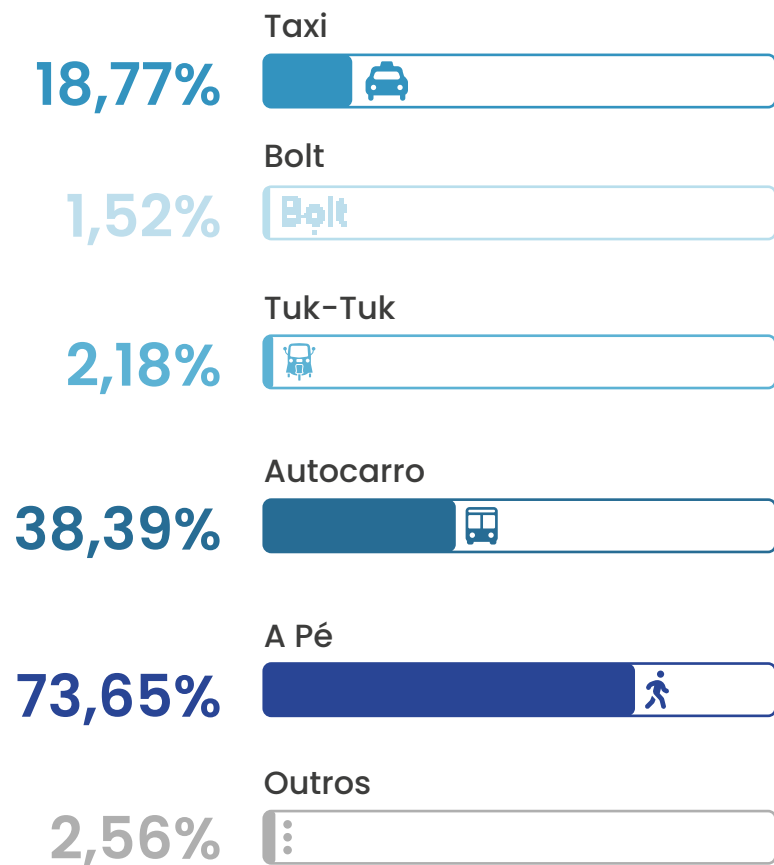
64970€

Média Geral de Consumo

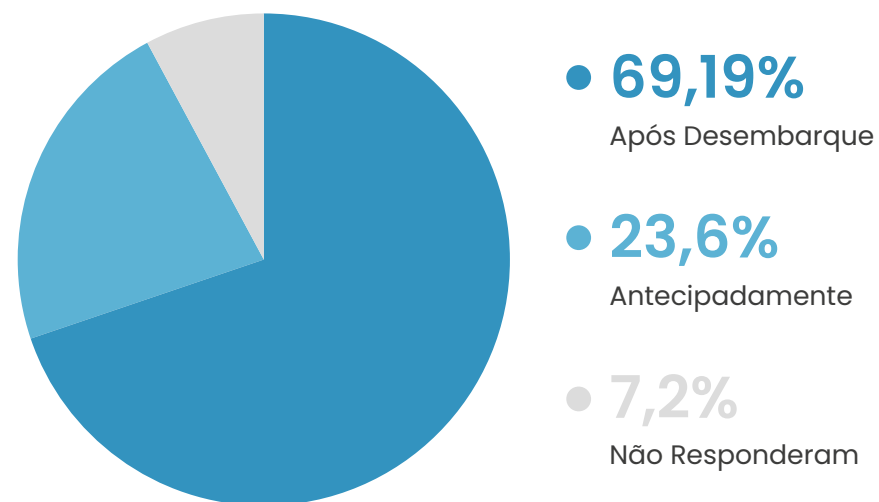
61.40€



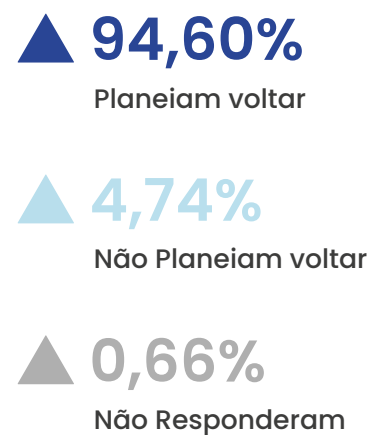
Serviços de Transporte Utilizados



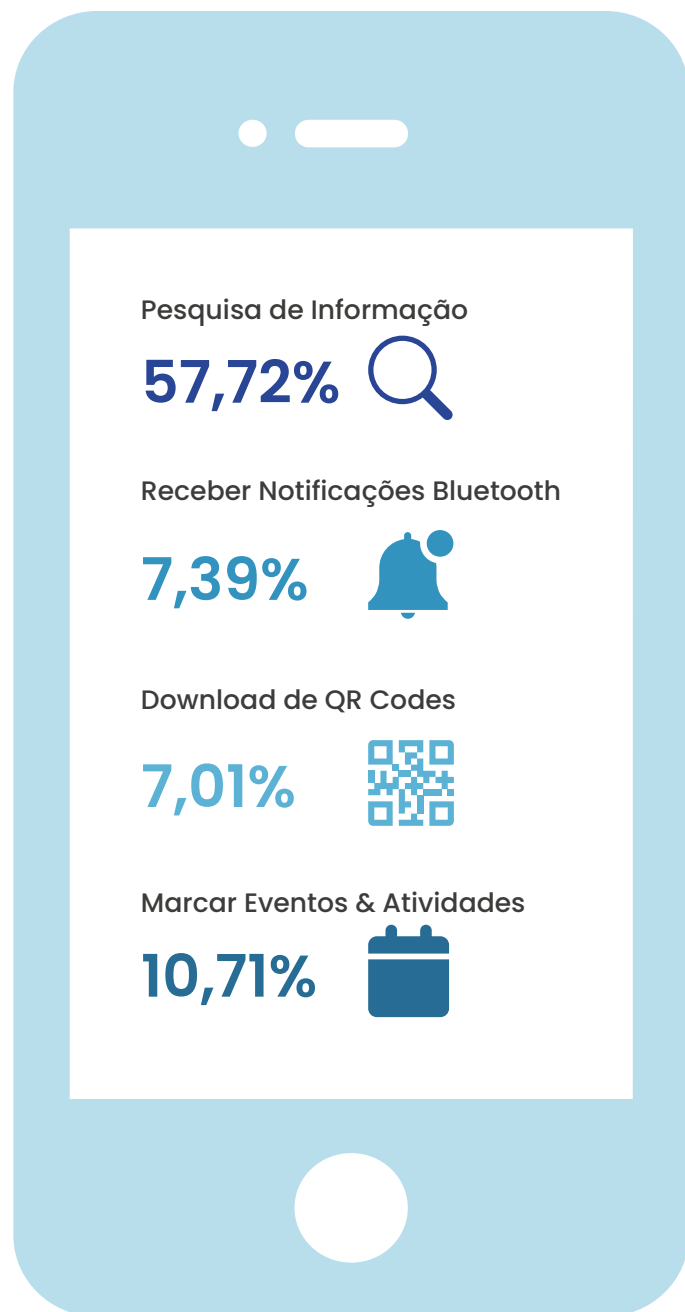
Planeamento de Atividades



Planos de Voltar



Uso de SmartPhone



Nível de Desenvoltura Digital

Bom



Médio



Muito Bom



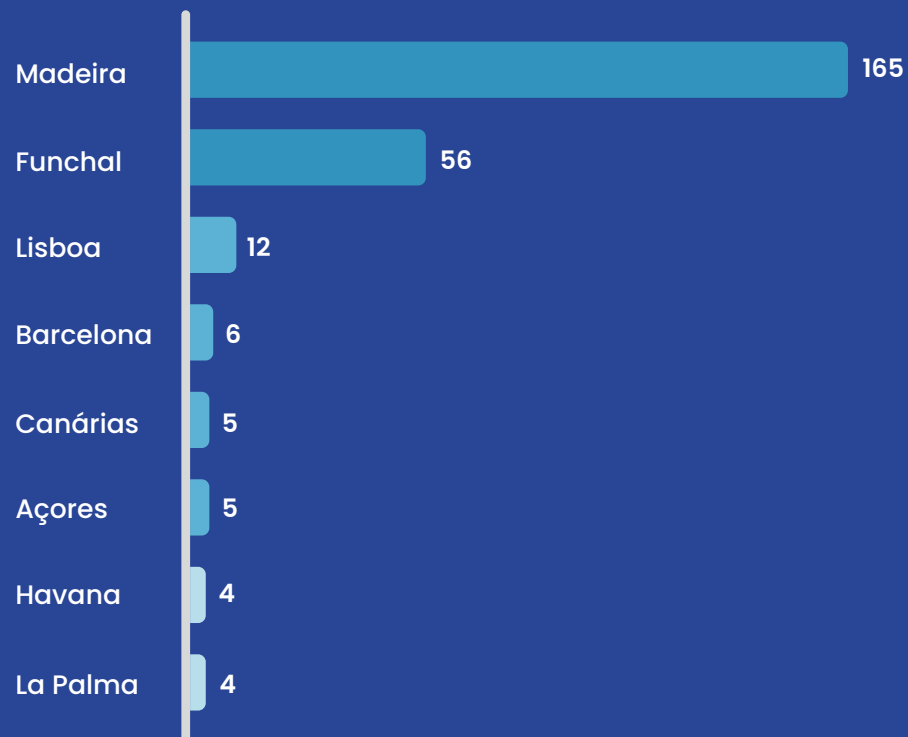
Mau



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.

