# Projeto 4Port

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









# Introdução

Estudo realizado por JCanão Lda., promovido pela ACIF-CCIM - Associação Comercial e Industrial do Funchal - Câmara de Comércio e Indústria da Madeira, no âmbito do projeto 4PORT MAC2/2.3D/326 - Transição das Entidades e das Empresas Portuárias para a Indústria 4.0 e Smart Port, iniciativa cofinanciada pelo Interreg MAC 2014-2020.

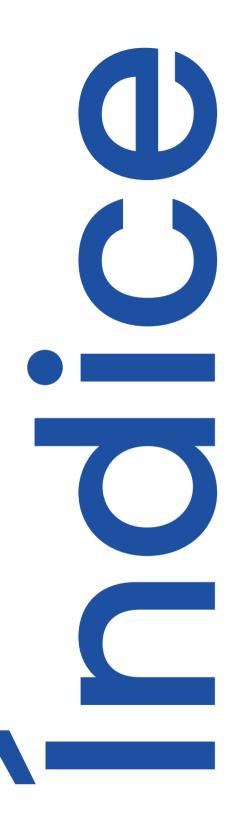
# Metodologia

Afins deste estudo, analisou-se os tópicos que seriam importantes para o mesmo, realizando um inquérito (consistente de 21 perguntas) a partir dessa análise para compreender os Hábitos de consumo dos passageiros dos navios de cruzeiro e respetivas competências digitais.

Uma vez definido e traduzido para múltiplas línguas, iniciou-se a sua finalidade dia 16 de Abril de 2022 até dia 23 de Maio de 2022 no Porto de Funchal à saida dos respetivos cruzeiros. Daqui resultaram 1055 inquéritos preenchidos.

Iniciou-se então a fase seguinte, da recolha de todos esses dados para análise, definindo vários parâmetros de referência e referência cruzada. Após obter os resultados desses parâmetros, passou-se à fase final, a apresentação aqui presente, que foi definida de forma infográfica com o objetivo de simplificar a leitura dos resultados.

Além desta apresentação, foi criada uma versão mais extensa e detalhada de todos os dados para melhor compreensão da análise aqui apresentada, onde se pode comparar/verificar todos os dados.





## Cruzeiros/Companhia

Nº de Inquiridos por Cruzeiro Tipo de Passageiro



#### Serviços & Planos

Metódos de Transporte Utilizados Planeamento de Atividades Planos de Voltar



#### Dados do Inquirido

Nº Total de Inquiridos Nacionalidade Idade Habilitações Literárias



#### Tecnologia

Uso de SmartPhone Nível de Desenvoltura Digital



#### Dados do Grupo

Nº de Viajantes no Grupo Idade do Grupo



#### **Outros Dados**

Cidades/Regiões Preferidas Outras Estatísticas



#### Atividade & Consumo

Visita Turística

Atividade Marítima

Atividade de Montanha & Natureza

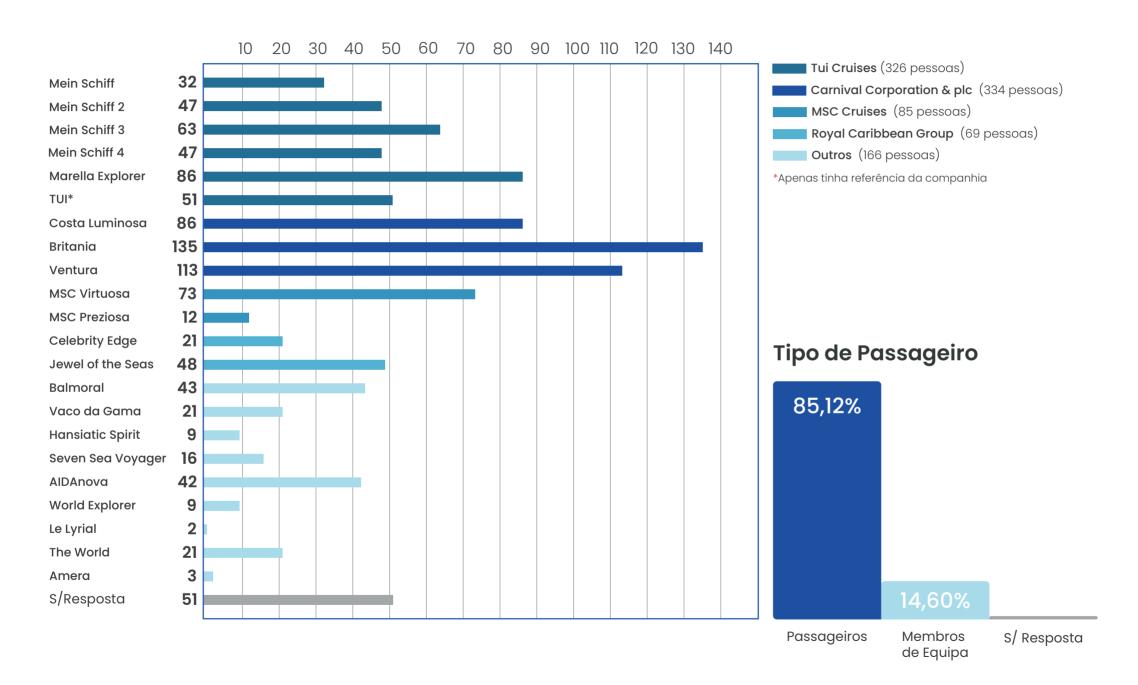
Excursão

Restauração

Shopping

Média do Consumidor

# Cruzeiro/Companhia em que viaja

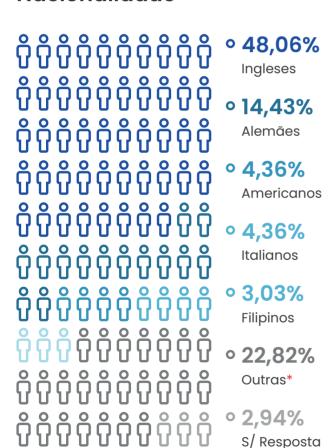


# Dados do Inquirido

#### N° Total de Inquiridos

#### 1055

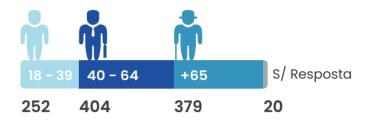
#### Nacionalidade



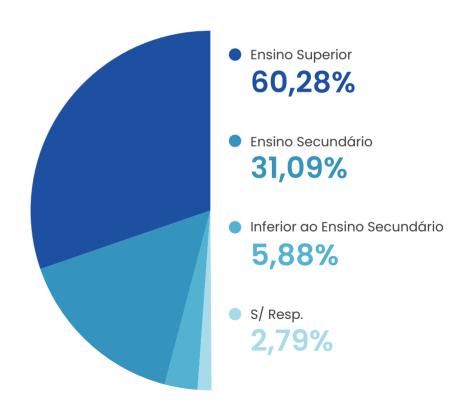
\*Neste grupo encontram-se 42 nacionalidades, sendo os mais revelantes (maior nº de pessoas) de nacionalidade indiana, escocesa, brasileira, indonésa, suiça, austriaca, portuguesa, francesa e holandesa em ordem decrescente.

Nacionalidades restantes presentes no grupo: Birmanêsa, peruana, hungara, 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.

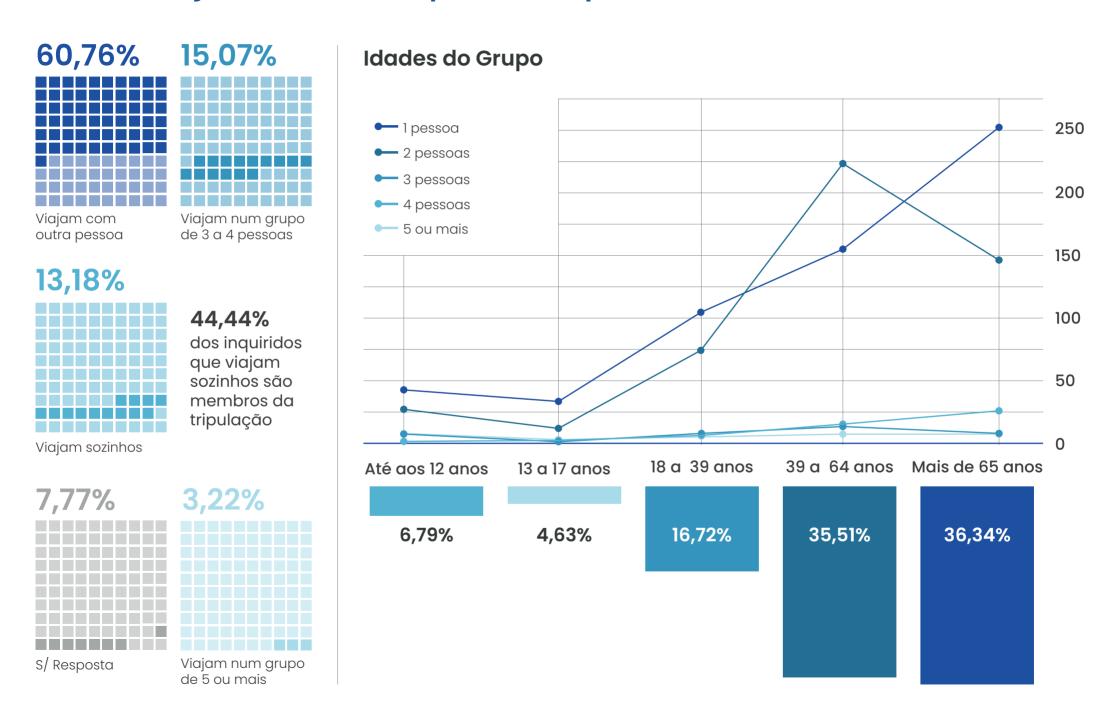
#### Idade



#### Habilitações Literárias



# Nº de Viajantes no Grupo do Inquirido



## Visita Turística

62%



Pessoas fizeram um passeio pela Cidade



26% Pessoas fizeram um passeio de Teleférico



Pessoas visitaram o Jardim Botânico

31%



Pessoas visitaram o Mercado dos Lavradores



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

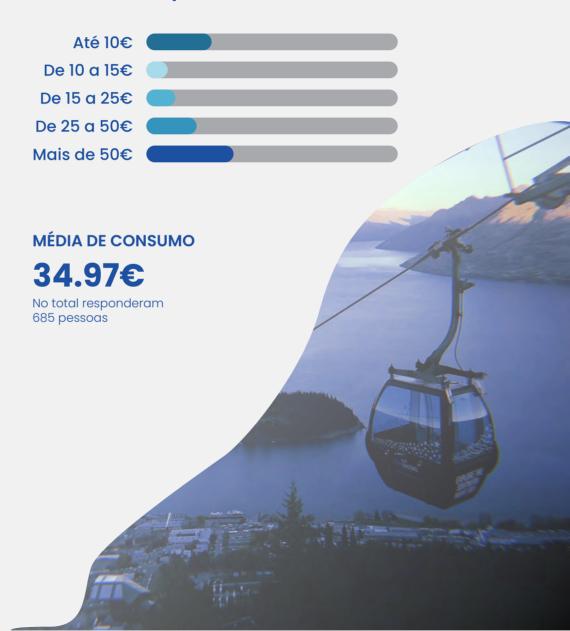
Passeio de Buggy

Passeio de Bicicleta

Reid's Palace

#### ★ ★ ★ ★ **8,91** (734 ratings)

## Consumo por Pessoa



## 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



# Atividade de Montanha & Natureza

62%



Pessoas fizeram uma Levada



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

#### Outras atividades que foram referidas

Praia

Passeio de Jipe

Parque & Parque Infantil

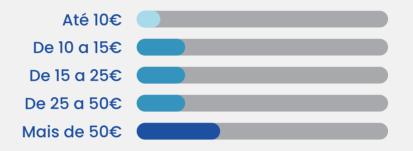
Visitar o Cristo Rei

Golf

Visitar o Cabo Girão

Passeio pela Montanha

#### Consumo por Pessoa





# Excursão

15% Pessoas realizaram uma excursão



## Consumo por Pessoa





★ ★ ★ ★ **8,73**(174 ratings)

# Restauração

51% Pessoas comeram em restaurantes

## Consumo por Pessoa



# MÉDIA DE CONSUMO 30.21€ No total responderam 466 pessoas

 $\uparrow \uparrow \uparrow \uparrow \uparrow \uparrow \uparrow 8,95$  (490 ratings)

# 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

## Consumo por Pessoa

Até 10€ De 10 a 15€ De 15 a 25€ De 25 a 50€ Mais de 50€







## Totais de Consumo

Visita Turística

23952.5€

36,87%

**Atividades Marítimas** 

817.5€

1,26%

Montanha & Natureza

1500€

2,31%

Excursão

5655€



Restauração

14080€



Compras

18965€



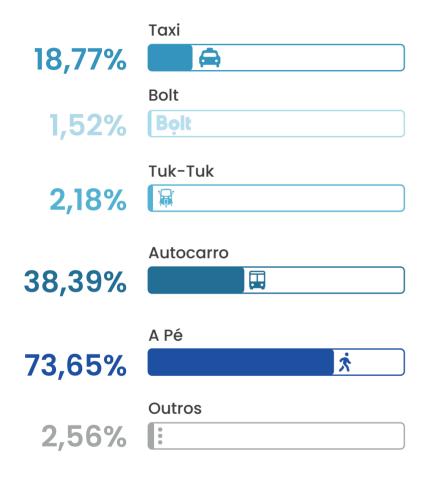
Total de Consumo

64970€

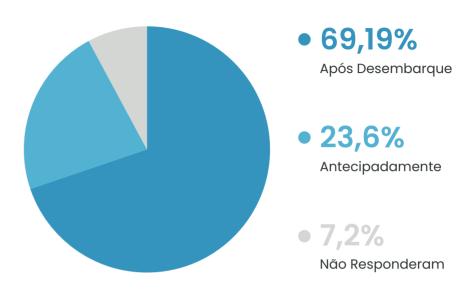
Média Geral de Consumo

61.40€

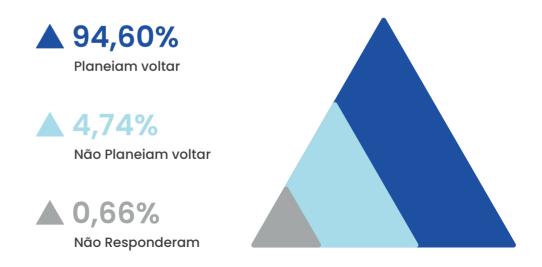
# Serviços de Transporte Utilizados



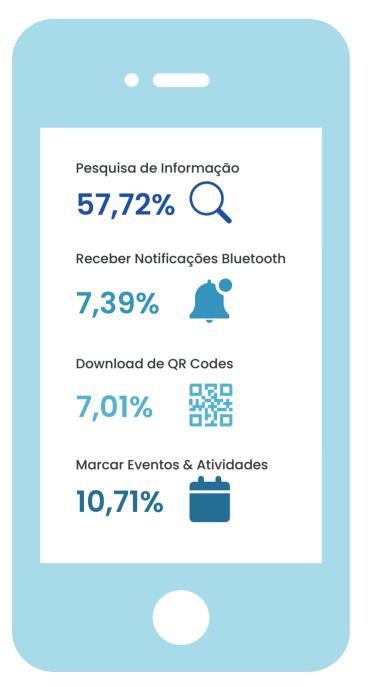
# Planeamento de Atividades



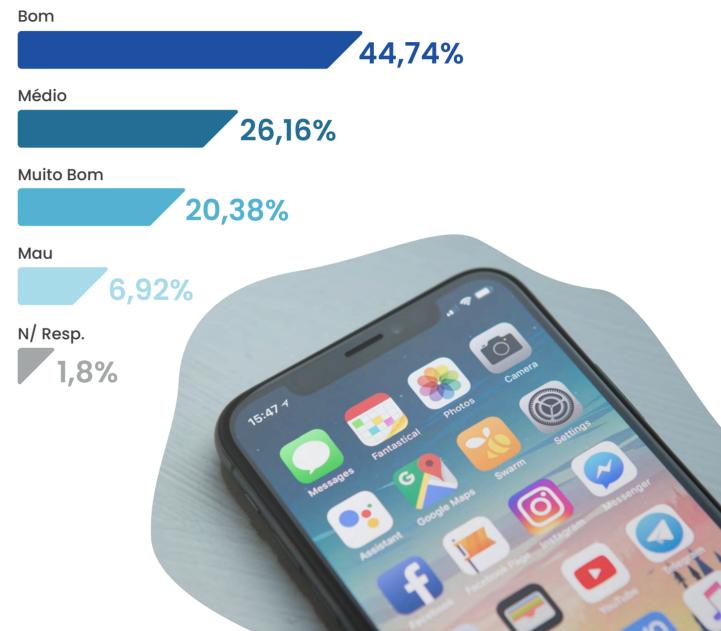
## Planos de Voltar



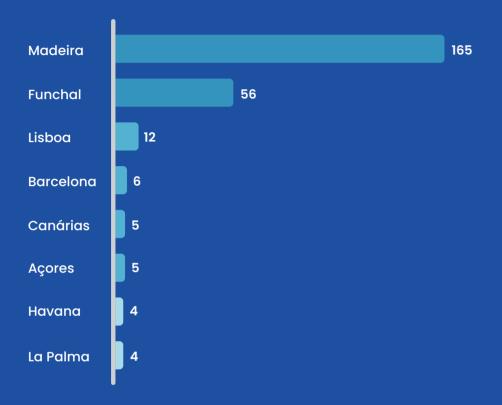
## Uso de SmartPhone



#### Nível de Desenvoltura Digital



## 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 4 das 5 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 Botánico e o Mercado dos Lavradores

#### Conclusões

Com este estudo foi possível chegar a algumas conclusões, algumas previsíveis, como o facto de existir maior mercado turístico externo que interno.

O público alvo é de uma idade já acima de jovem adulto, maioritariamente com ensino superior e acompanhados de outra pessoa.

Podemos verificar uma média de consumo de 61,40€, sendo os gastos maioritariamente em visita turística, restauração e compras. No entanto, o gasto médio e rating por atividade por pessoa é muito idêntico, o que leva à possibilidade de ser alguma falha de partilha de informação local, sendo que a grande maioria dos visitantes não tem planos definidos. Destaca-se principalmente as atividades marítimas, que tem uma percentagem muito pequena de participação.

Já relativo às compras, verifica-se que o grande interesse, é cultural, seja quanto a produtos regionais, como lembranças locais.

Existe uma percentagem enorme de 94,6% daas pessoas que planeiam voltar a visitar, o que é uma clara demonstração da felicidade dos visitantes na sua visita.

O uso do SmartPhone para alguns processos ainda não é muito alto. O conhecimento digital por outro lado já o é, o que sugere que seja possível investir mais nesse âmbito para dar a conhecer mais aos visitantes.

Por último, quase 21% dos inquiridos respondeu a Madeira/Funchal tinham sido a melhor visita na escala do seu cruzeiro.

Tudo isto indicia que existe um mercado com potencial para crescer. Seja este através de melhor marketing, novas atividades, tentativa de agradar mais ao público alvo ou tentar chegar mais ao público jovem.