



UNIVERSIDADE DE ÉVORA
ESCOLA DE CIÊNCIAS SOCIAIS
DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGIA

Análise do perfil do visitante do centro histórico de Évora: uma relação entre dados de 2010 e 2015

Jaime Serra | jserra@uevora.pt

Universidade de Évora - CIDEHUS.UE – Tourism Creative Lab

Maria Noémi Marujo | noemi@uevora.pt

Universidade de Évora - CIDEHUS.UE – Tourism Creative Lab

Maria do Rosário Borges | mrborges@uevora.pt

Universidade de Évora - CIDEHUS.UE – Tourism Creative Lab

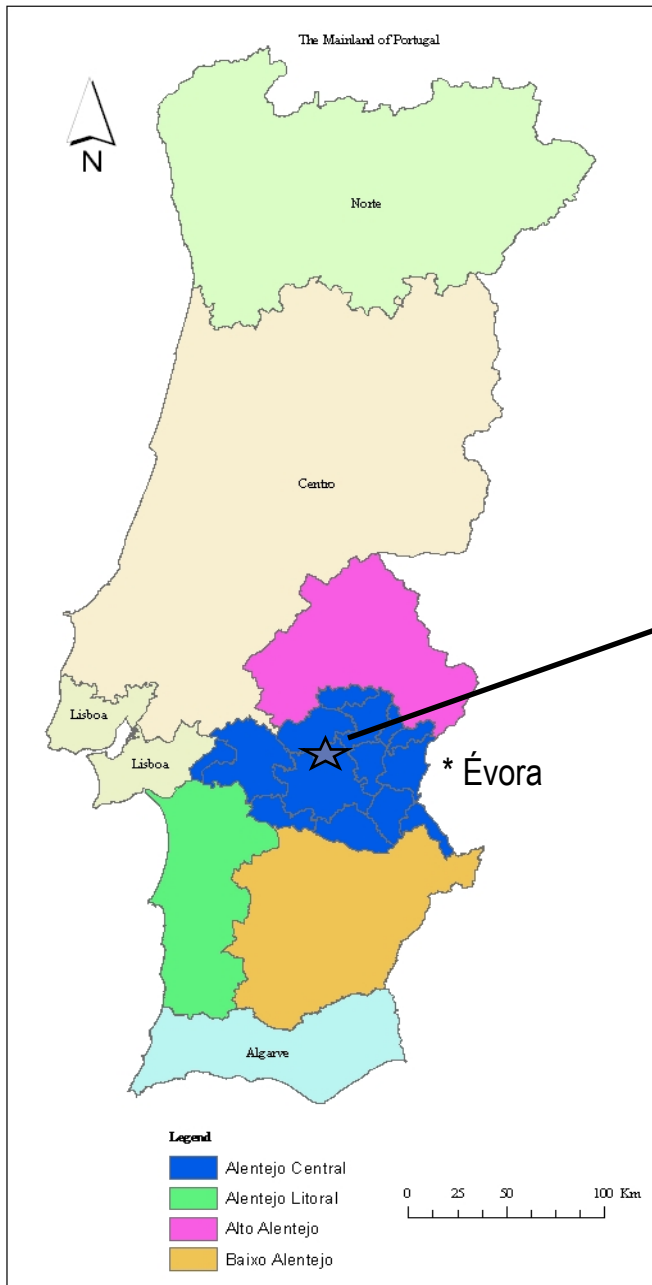
Rita Caldeira | tourismmlab@uevora.pt

Universidade de Évora – CIDEHUS.UE - Tourism Creative Lab

Évora | 5 de Abril | 2017



1. Contextualização da realidade procura turística em Évora (Análise da Sazonalidade Turística na região Alentejo)
2. Objetivo do estudo de caracterização de perfis de visitantes
3. Súmula dos principais resultados
4. Conclusões, recomendações, limitações, desafios futuros



Évora (Município - INE, 2015)

População Residente = 53.654

Estabelecimentos hoteleiros = 31 (dos quais 15 hotéis)

Capacidade de Alojamento (camas) = 2.771

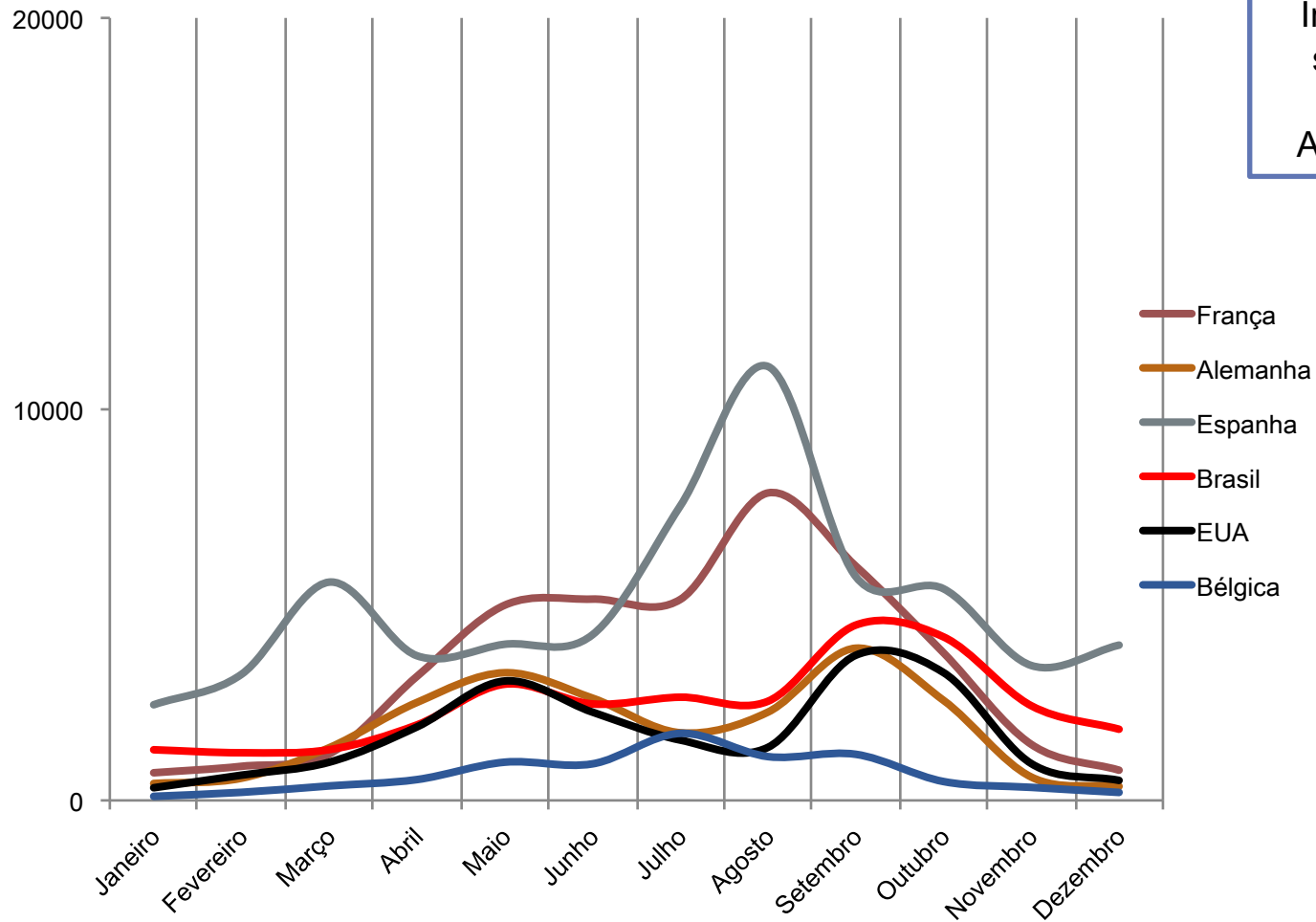
Hóspedes = 292.361 (50,3% estrangeiros)

Proveitos = 23 Milhões (€)

Estada média = 1,6 noites

TOC = 49,2%

1 residente / 5 hóspedes



Hóspedes – Alentejo - 2016	França	Alemanha	Reino Unido	Escandinávia	Itália	Espanha	Brasil	EUA	Bélgica	Portugal
Total	41028	22115	31715	7978	13167	60 329	29 244	20 457	8 151	579 171
Média – n.º de hóspedes	3419	1843	2643	665	1097	5027	2437	1705	679	48264
Taxa de sazonalidade	46%	40%	60%	37%	55%	40%	40%	49%	49%	35%
Índice de amplitude sazonal	8,02	5,83	8,91	4,13	6,06	2,60	3,05	6,78	7,82	2,11

Hóspedes na Região Alentejo e Concelho de Évora (2015)

	Alentejo	Évora	Évora/Alentejo (%)
ALENTEJO	1 058 492	292 361	27,6
Nacionais	730 722	145 232	19,8
Estrangeiros	327 770	147 129	44,8
Espanha	64 164	19 691	30,6
Alemanha	28 151	10 402	36,9
França	43 909	19 725	44,9
Reino Unido	20 391	5 888	28,9

Source: Statistics Portugal (2016); Tourism Statistics (2016)

Note: Data cover the total of tourism accommodation and the hotel accommodation activity (hotels, apartment hotels, hostels, apartments and holiday villages), local accommodation and rural tourism and housing tourism, according to the current legislation of governing the sector.

Due to the difference in time for the availability of data, there are cases where figures for guests are unavailable (na).

❖ Objetivo do estudo

- Caracterizar o perfil o visitante do centro histórico de Évora (dimensões sociodemográfica; *tripgráfica* e comportamental)

Dados recolhidos em 2010

- 500 inquéritos aplicados
- 451 inquéritos validados

Período de aplicação

- Abril – Setembro 2010

Locais de aplicação

- Principais atrações turísticas do centro histórico

Dados recolhidos em 2015

- 500 inquéritos aplicados
- 465 inquéritos validados

Período de aplicação

- Abril – Setembro 2015

Locais de aplicação

- Principais atrações turísticas do centro histórico

❖ Objetivo do estudo

- Caracterizar o perfil o visitante do centro histórico de Évora (dimensões sociodemográfica; *tripgráfica* e comportamental)

Dados recolhidos em 2010

- 500 inquéritos aplicados
- 451 inquéritos validados

Amostra aleatória estratificada
40% Estrangeiros
60% Portugueses

- Só respondeu ao inquérito o visitante com pelo menos 2-3 horas de visita

Dados recolhidos em 2015

- 500 inquéritos aplicados
- 465 inquéritos validados

Amostra aleatória estratificada
50% Estrangeiros
50% Portugueses

- Só respondeu ao inquérito o visitante com pelo menos 2-3 horas de visita

Ano 2010	Turistas		Visitantes do Dia	
	91,30%		8,70%	
Dimensão Sóciodemográfica				
Faixa etária	31-45 anos	27,40%	31-45 anos	27,80%
	46-60 anos	36,90%	46-60 anos	29,80%
Habilitações Literárias	Ensino Superior	61,00%	Ensino Superior	56,80%
Profissão	Trabalhador por conta de outrem			
Género	Feminino			51,10%
	Masculino			48,90%
Local de residência	Portugal	45,00%	Portugal	45,00%
	Estrangeiro	55,00%	Estrangeiro	55,00%
Dimensão Tripográfica				
Com quem viaja?	Casal	47,50%	Casal	39,50%
	Família	20,80%	Família	18,40%
Estada média em Portugal	6,7 noites			
Estada média em Évora	2,8 noites			
Meio de Transporte	Viatura própria	44,10%	Viatura própria	23,10%
	Rent-a-car	19,10%	Autocarro Serviço Público	25,60%

Ano 2010	Turistas		Visitantes do Dia	
	91,30%		8,70%	
Dimensão comportamental				
Motivação para visitar Évora	Património construído e monumental	32,10%	Património construído e monumental	36,10%
	Lazer	32,50%	Lazer	22,20%
	Conhecer e viver uma nova experiência cultural	15,40%	Conhecer e viver uma nova experiência cultural	25,00%
Atracção mais valiosa	Catedral St. ^a Maria (Sé)	17,00%	Catedral St. ^a Maria (Sé)	16,70%
	Templo Romano	43,50%	Templo Romano	52,80%
	Capela dos Ossos	12,20%	Capela dos Ossos	19,40%
Grau de influência na decisão de visitar Évora pelo facto de ser	Nem pouco nem muito influenciado	17,10%	Nem pouco nem muito influenciado	20,50%
	Influenciado	41,10%	Influenciado	48,70%
Grau de expectativa	Nem acima nem abaixo das expectativas	46,50%	Abaixo das expectativas	43,20%
	Acima das expectativas	28,40%	Acima das expectativas	24,30%
Gasto Médio	€ 87,69		€ 67,19	
Pretende visitar Évora?	Sim	78,70%	Sim	87,90%
Recomenda a visita?	Sim	97,90%	Sim	100,00%

Ano 2015	Turistas		Visitantes do Dia	
	53,30%		46,70%	
Dimensão sociodemográfica				
Idade	46-60 anos	29,80%	46-60 anos	34,10%
	31-45 anos	27,80%	31-45 anos	23,00%
Habilitações Literárias	Ensino Superior	53,00%	Ensino Superior	57,20%
Situação profissional	Trabalhador por conta de outrem	49,60%	Trabalhador por conta de outrem	57,70%
Género	Feminino	46,80%	Feminino	52,10%
	Masculino	53,20%	Masculino	47,90%
Local de residência	Portugal	37,00%	Portugal	38,70%
	Estrangeiro	63,00%	Estrangeiro	61,30%
Dimensão Tripgráfica				
Com quem viaja?	Amigos	15,30%	Amigos	17,90%
	Família	71,50%	Família	69,60%
Estada média em Portugal	8,28 noites			
Estada média em Évora	3,20 noites			
Meio de Transporte	Viatura própria	15,30%	Viatura própria	19,40%
	Rent-a-car	14,90%	Rent-a-car	17,10%

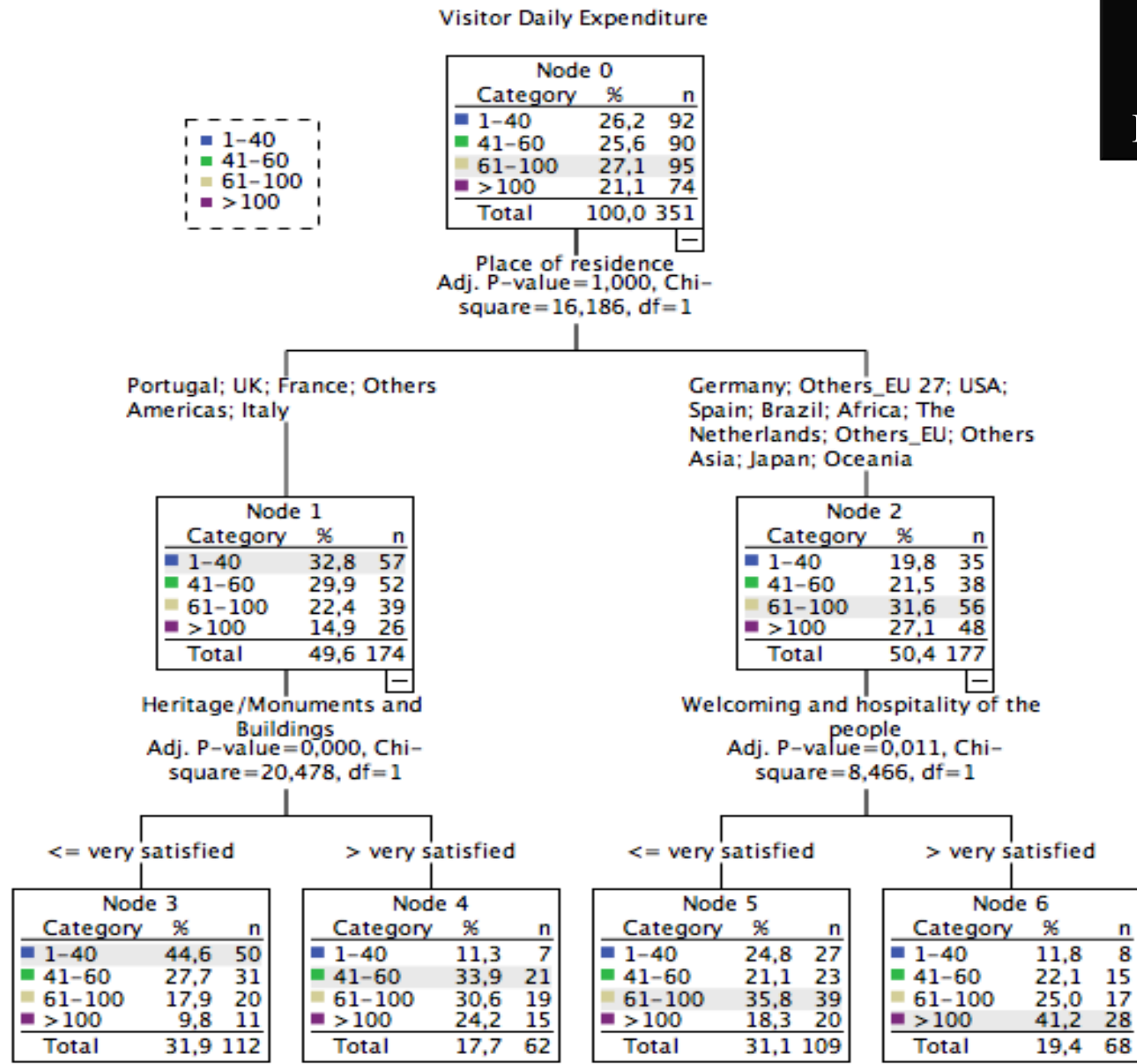
Ano 2015	Turistas		Visitantes do Dia	
	53,30%		46,70%	
Dimensão comportamental				
Repetição da visita	1. ^a vez em Évora	51,60%	1. ^a vez em Évora	57,60%
	Repetição	48,40%	Repetição	42,40%
Motivos para visitar Évora (considerados com maior grau importância)	Viajar e estar com amigos/familiares	71,80%	Viajar e estar com amigos/familiares	67,20%
	Fugir à rotina	83,40%	Fugir à rotina	81,50%
	Aprender e enriquecer culturalmente	74,50%	Aprender e enriquecer culturalmente	79,70%
	Procurar novidade	77,60%	Procurar novidade	77,70%
	Divertir-se	69,60%	Divertir-se	65,00%
	Visitar uma cidade que nunca tinha visitado	64,70%	Visitar uma cidade que nunca tinha visitado	63,20%
	Estar num local com fama e reputação	37,20%	Estar num local com fama e reputação	40,60%
	Conhecer para recomendar	52,90%	Conhecer para recomendar	56,00%
	Viver uma nova experiência cultural	53,30%	Viver uma nova experiência cultural	56,00%
	Conhecer outras pessoas	41,10%	Conhecer outras pessoas	35,80%

Ano 2015	Turistas		Visitantes do Dia	
	53,30%		46,70%	
Dimensão comportamental				
Motivações de visita (grau de satisfação)	Património natural	84,10%	Património natural	78,10%
	Património construído e monumentos	85,00%	Património construído e monumentos	90,30%
	Candeeiros e janelas típicas	61,20%	Candeeiros e janelas típicas	67,30%
	Informação posto de turismo	63,40%	Informação posto de turismo	72,40%
	Clima	52,80%	Clima	52,80%
	Comércio e artesanato	56,10%	Comércio e artesanato	59,10%
	Espaços públicos e lazer	62,40%	Espaços públicos e lazer	71,10%
	Espaços museológicos	58,30%	Espaços museológicos	57,50%
	Eventos culturais	48,40%	Eventos culturais	38,50%
	Gastronomia e Vinhos	87,30%	Gastronomia e Vinhos	87,40%
	Acolhimento e hospitalidade	79,70%	Acolhimento e hospitalidade	80,60%
	Horários dos museus	45,20%	Horários dos museus	38,20%
	Horários dos restaurantes	44,40%	Horários dos restaurantes	55,70%
	Serviços de animação turística	45,10%	Serviços de animação turística	42,90%
	Serviços de alojamento	78,70%	Serviços de alojamento	68,00%
	Serviços de restauração e bebidas	73,80%	Serviços de restauração e bebidas	71,10%
	Segurança: Muito satisfeito	56,00%	Segurança	66,20%
	Instalações sanitárias	30,20%	Instalações sanitárias	34,80%
	Sinalética turística	25,30%	Sinalética turística	28,80%
	Trânsito	27,40%	Trânsito	26,10%
	Transportes públicos	32,00%	Transportes públicos	25,70%
	Parques de estacionamento	29,70%	Parques de estacionamento	33,60%
	Espaço de circulação de peões	53,30%	Espaço de circulação de peões	46,30%
	Limpeza e higiene dos espaços públicos	53,50%	Limpeza e higiene dos espaços públicos	55,90%
Nível de preços dos serviços	57,10%	Nível de preços dos serviços	59,90%	

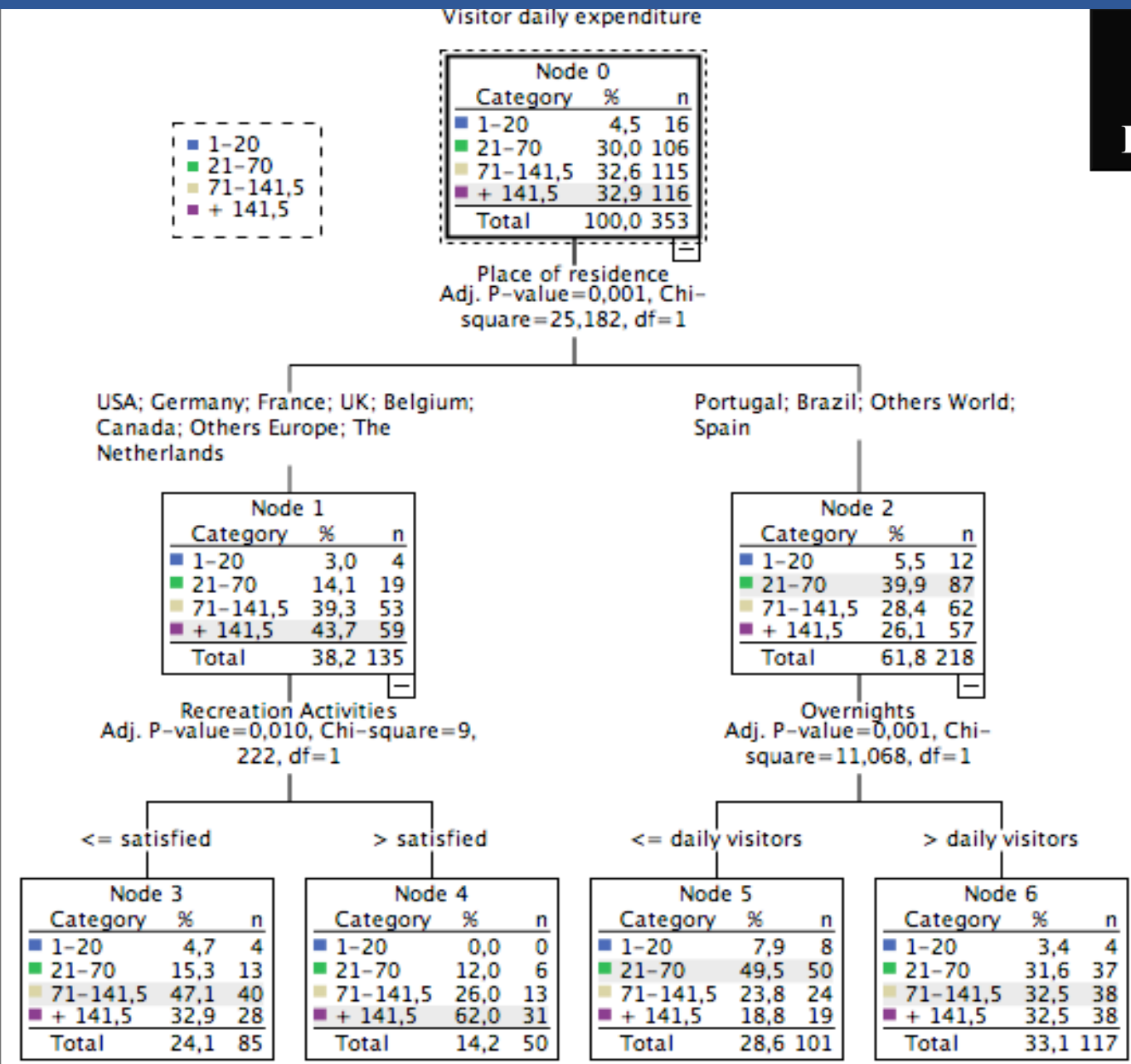
Ano 2015	Turistas		Visitantes do Dia	
	53,30%		46,70%	
Dimensão comportamental				
Atração mais valiosa	Catedral St. ^a Maria (Sé)	2,40%	Catedral St. ^a Maria (Sé)	2,80%
	Templo Romano	39,90%	Templo Romano	38,20%
	Capela dos Ossos	10,50%	Capela dos Ossos	12,00%
Grau de influência na decisão visitar Évora pelo facto de se	Muito importante	48,90%	Muito importante	45,50%
	Importante	24,40%	Extremamente importante	23,80%
Grau de expectativa	Boa	57,90%	Boa	55,40%
	Muito boa	25,70%	Muito boa	23,00%
Gasto Médio	€ 121,97		€ 83,87	
Pretende visitar Évora?	Certamente	29,40%	Muito provável	29,70%
	Muito provável	26,60%	Pouco provável	27,10%
Recomenda a visita?	Certamente	61,40%	Certamente	59,60%
	Muito provável	29,50%	Muito provável	29,30%

CHAID
2010
RESULTS

SO1 – Identify tourists' expenditure patterns at a WHS based on segmentation criteria.



SO1 – Identify tourists' expenditure patterns at a WHS based on segmentation criteria.



Considerando os resultados de 2010:

- ❖ **SEGMENTO 1 (Portugal, Reino Unido, França, Itália e outros países da América)**
 - 32.8% gastam entre €1 e €40 | 29.9% gastam entre €41 e €60.
 - Atributos do destino - *património monumental e construído*.
 - 44.6% dos visitantes que estão **satisfeitos** gastam entre €1 e €40, enquanto 33.9% dos visitantes que estão **muito ou extremamente satisfeitos** gastam €41- €60.

- ❖ **SEGMENTO 2 (Alemanha e outros países da Europa, América, Espanha, Brasil, Países Africanos, Holanda, outros países da Ásia, Japão e países da Oceânia)**
 - 31.6% gastam entre €61 e €100 | 27.1% gastam mais de €100.
 - Atributos do destino – *hospitalidade dos locais*.
 - 35.8% dos visitantes **satisfeitos** gastam entre €61 e €100 e visitantes que estão **muito satisfeitos** gastam mais de €100.

Considerando os resultados de 2015:

- ❖ **SEGMENTO 1 (EUA, Alemanha, França, Reino Unido, Bélgica, Canadá, Holanda e outros países da Europa)**
 - 43.7% gastam mais de €141.50.
 - **Atributos do destino- atividades de animação turística.**
 - 47.1% dos visitantes que **satisfeitos** gastam entre €71 e €141.50 | mais que **satisfeitos** gastam acima de €141.50.

- ❖ **SEGMENTO 2 (Portugal, Brasil, Espanha e outros países do mundo)**
 - 39.9% gastam entre €21 e €70.
 - Estadas curtas (< 1 noite a 1 noite).
 - 49.5% dos visitantes do dia gastam entre €21- €70 | visitantes que ficam pelo menos uma noite (65%) gastam mais de €71.

- Estudo realizado pela Universidade de Évora com o objetivo de identificar o perfil, expectativas e motivações dos visitantes do centro histórico de Évora.
- Este estudo foi realizado mediante a aplicação de um questionário aos visitantes nacionais e estrangeiros do centro histórico de Évora entre os meses de Abril a Setembro de 2010 e 2015.
- O questionário foi aplicado nos principais pontos de interesse turístico do centro histórico de Évora.
- Para uma população de 199.451 hóspedes em 2010 (INE, 2011) foram aplicados e recolhidos 500 questionários, sendo validados 451. Com base nos registos do INE (2010) relativos ao n.º de Hóspedes nos estabelecimentos hoteleiros no concelho de Évora, a amostra foi estratificada em 2010 por Nacionais (60%) e Estrangeiros (40%).
- Para uma população de 292.391 hóspedes em 2015 (INE, 2016) foram aplicados e recolhidos 500 questionários, sendo validados 465. Com base nos registos do INE (2016) relativos ao n.º de Hóspedes nos estabelecimentos hoteleiros no concelho de Évora, a amostra foi estratificada em 2010 por Nacionais (50%) e Estrangeiros (50%).
- A amostragem foi definida com base numa margem de erro máxima de 5% para um intervalo de confiança de 95%.