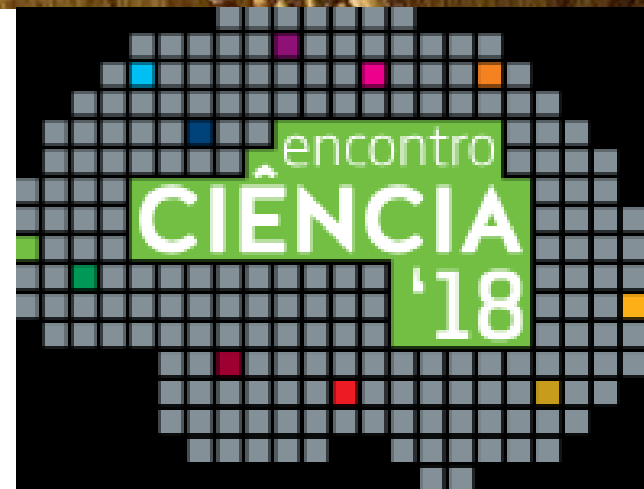
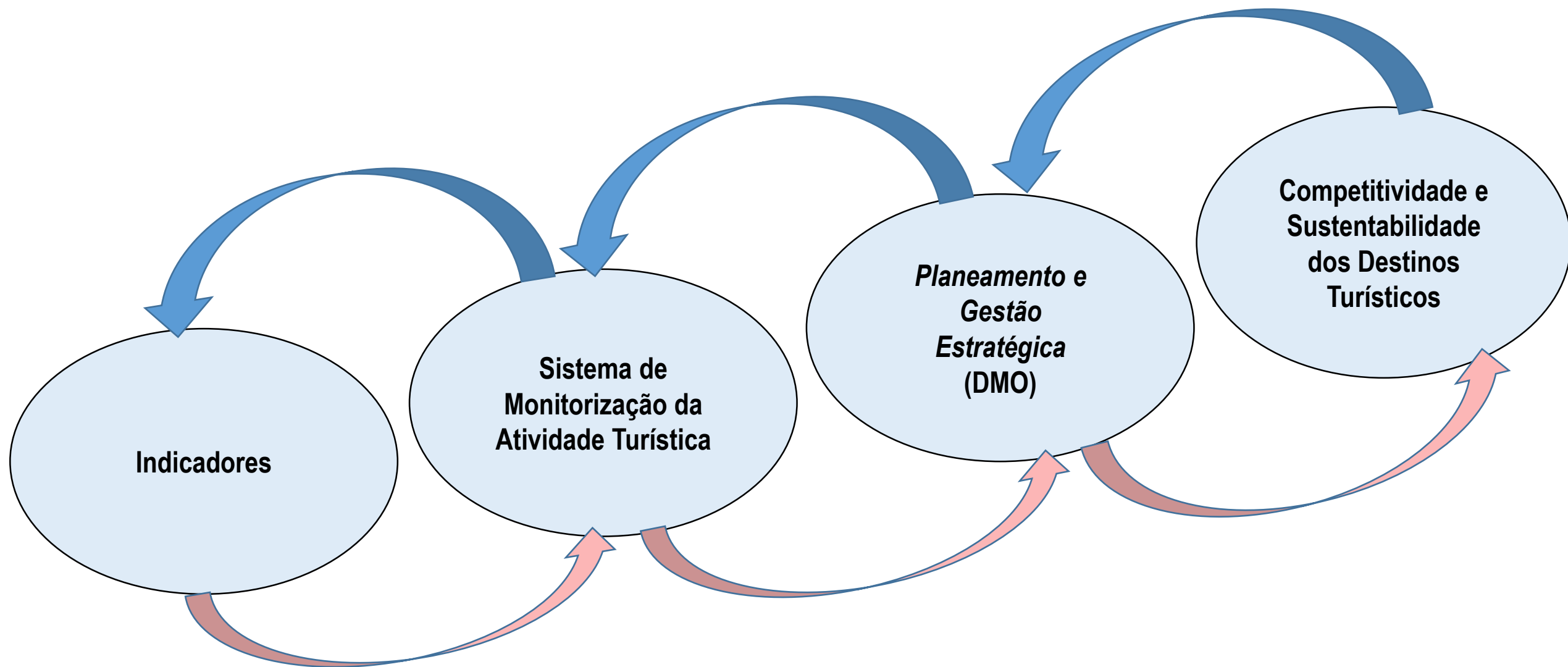




SMAT - Sistema de Monitorização da Atividade Turística do Centro de Portugal



“Se não consegues medir, não consegues gerir”...



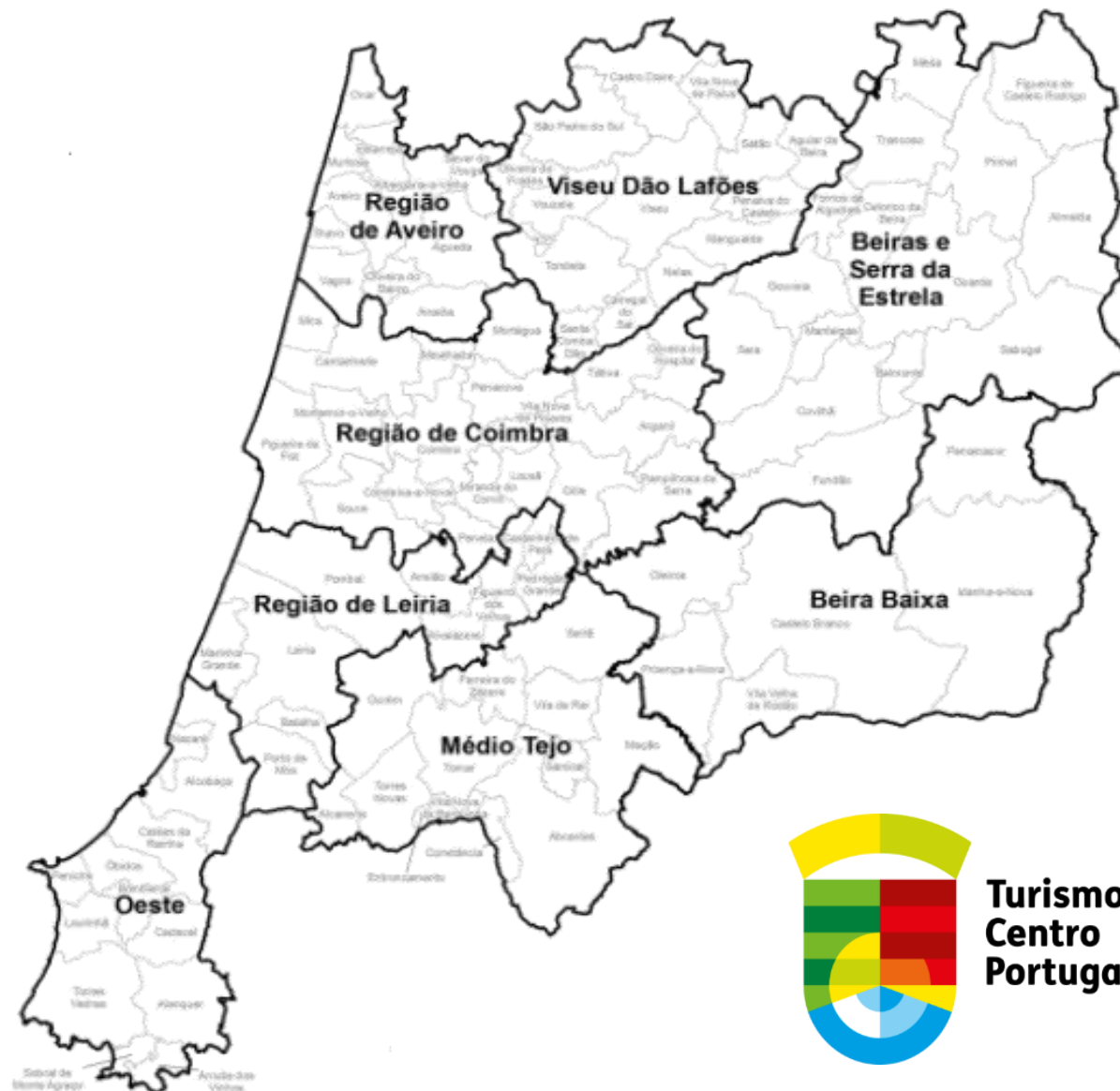
TURISMO CENTRO DE PORTUGAL



8 comunidades intermunicipais

100 municípios

Uma região vasta, heterogénea, com grande diversidade de sub-regiões, com enorme potencial de desenvolvimento turístico



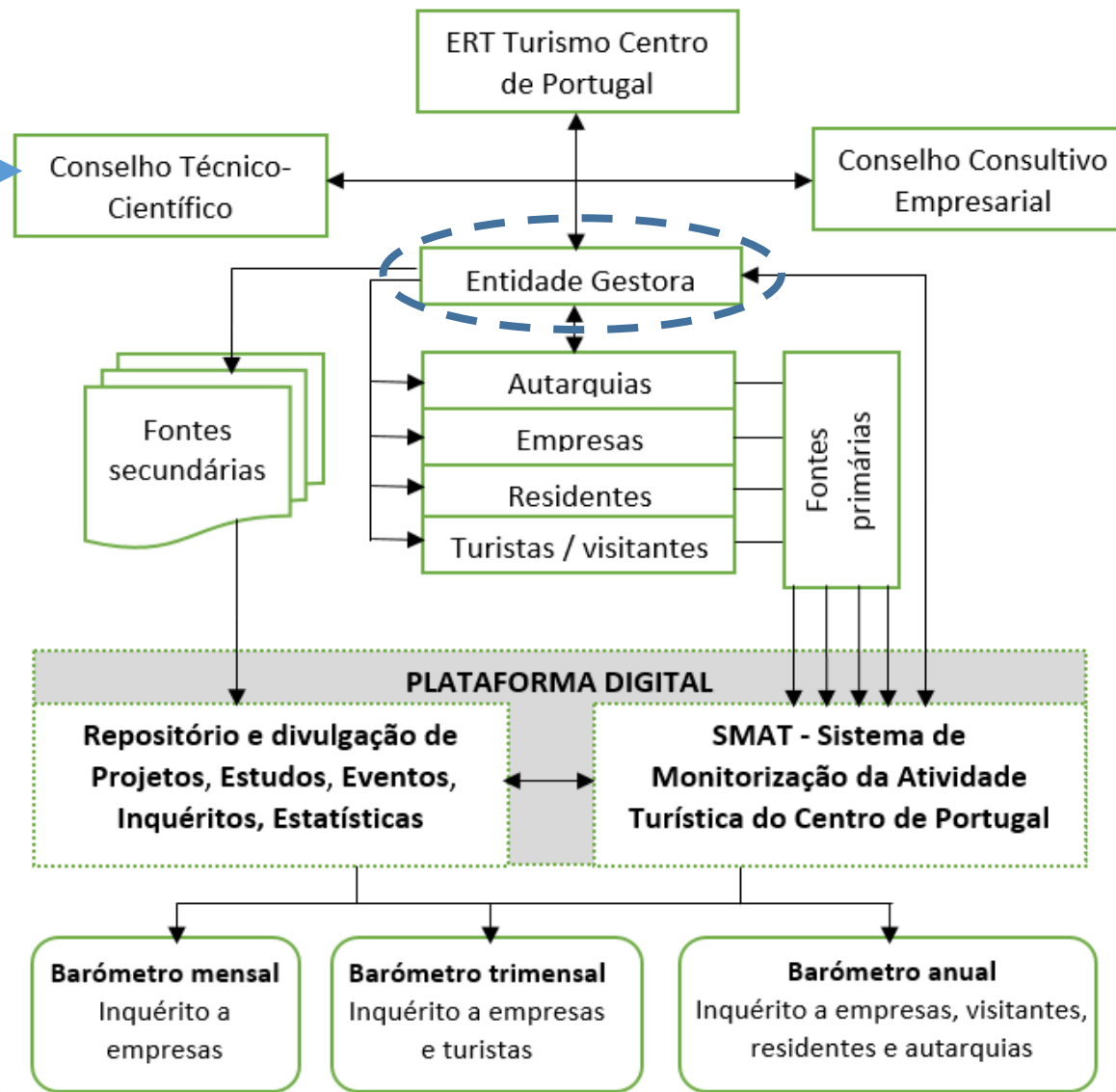
OBSERVATÓRIO DO TURISMO DO CENTRO DE PORTUGAL



Observatório de Turismo do Centro de Portugal

Investigadores de todas as universidades e institutos politécnicos da Região Centro

Dirigentes e representantes das organizações e associações empresariais da Região Centro



Objetivos operacionais do Observatório

Periodicidade	barómetro mensal - empresas
	barómetro trimestral - empresas e consumidores
	barómetro anual - empresas, consumidores, residentes e autarquias
Abrangência geográfica	Dados primários de nível regional, com decomposição por concelho e freguesia.
	Paralelamente, o Observatório atuará como repositório de dados relevantes produzidos por outras entidades.
Abrangência pluri-setorial	O turismo será monitorizado de modo abrangente: alojamento, serviços culturais, serviços recreativos, restauração, transportes, rent-a-car, operadores turísticos e agências, guias-intérpretes, comércio de produtos turísticos.
Carácter sistemático e contínuo	O Observatório garantirá a produção sistemática de séries de indicadores, sem quebras ou descontinuidades, de modo a permitir avaliar a evolução da atividade turística na região.

QUE INDICADORES DE MONITORIZAÇÃO PERIÓDICA (MENSAL, TRIMESTRAL E ANNUAL) DEVE O OBSERVATÓRIO IMPLEMENTAR?



METODOLOGIA

1



Revisão da literatura

2



Estruturação de uma lista de indicadores com base no ETIS

3



Identificação de um conjunto de setores intervenientes na atividade turística (restauração, animação turística, agências de viagens, transportes, com e sem condutor e locais de visita)

4



Definição de uma lista de indicadores gerais e de indicadores específicos

5



Inquérito aos *stakeholders* da Região Centro para perceber:

- ❖ Quais os indicadores mais relevantes para a gestão do destino e dos seus negócios?
- ❖ Se consultam informação de mercado (estatísticas), e com que frequência?
- ❖ Quais as fontes de informação que consultam e se fornecem dados a fontes oficiais?
- ❖ Que indicadores estatísticos devem ser aprimorados?

6

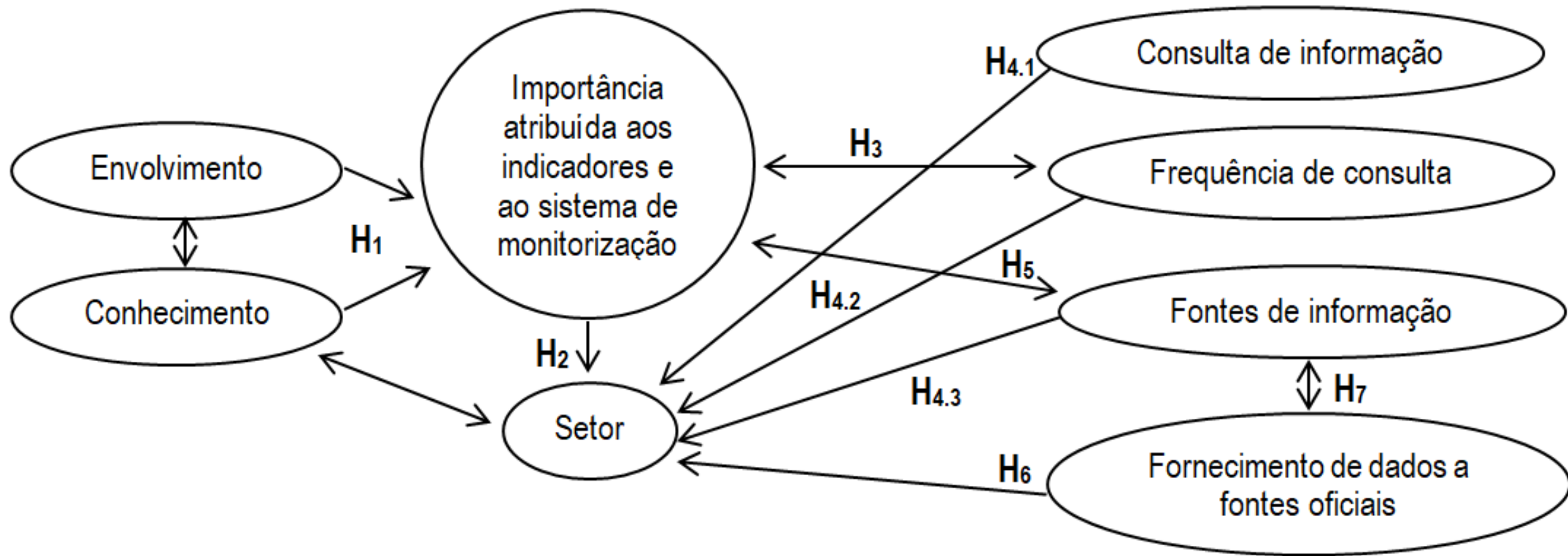


Teste de hipóteses



Para completar a abordagem do ETIS

QUADRO CONCEPTUAL | HIPÓTESES



RESULTADOS



234 respostas válidas

	Frequência	%
Restauração	19	8,1
Animação Turística	30	12,8
Agência de Viagens	15	6,4
Alojamento	145	62,0
Transportes com condutor	6	2,6
Transportes sem condutor	2	0,9
Locais de Visita	17	7,3
Total	234	100




147 utilizam/consultam informação estatística (62,8%)



Frequência de consulta

	Frequência	%
Diária	2	1,4
Semanal	18	12,2
Mensal	68	46,3
Trimestral	38	25,9
Anual	21	25,9

RESULTADOS

 Área(s) que necessita(m) de melhorias no que diz respeito à informação estatística

	Frequência	%
Social	68	29,1
Económica	90	38,5
Ambiental	72	30,8
Cultural	99	42,3

 Fontes consultadas

	Frequência	%
UNWTO (World Tourism Organization)	27	11,5
UNWTC (World Travel & Tourism Council)	10	4,3
ACI (Airports Council International)	1	0,4
IATA (International Air Transport Association)	11	4,7
ECTAA (European Travel Agents and Tour Operators Associations)	8	3,4
EUROSTAT (European Commission)	23	9,8
OCDE (Organização para a Coop. e Desenv. Económico)	17	7,3
ETC (European Travel Commission)	6	2,6
IPDT (Instituto de Planeamento e Desenvolvimento de Turismo)	11	4,7
Turismo de Portugal	130	55,6
CTP (Confederação do Turismo Português)	20	8,5
BP (Banco de Portugal)	21	9,0
INE (Instituto Nacional de Estatística)	99	42,3
ANA (Aeroportos de Portugal)	12	5,1
ANAM (Aeroportos da Madeira)	1	0,4
AHRESP (Ass. da Hotelaria, Restauração e Similares de Portugal)	43	18,4
APAVT (Ass. Portuguesa de Agências de Viagens e Turismo)	26	11,1
INAC (Instituto Nacional da Aviação Civil)	3	1,3
APECATE (Ass. P. de Emp. de Congressos A. Turística e Eventos)	13	5,6
PORDATA	37	15,8
Outra	18	7,7

 102 fornecem dados a fontes oficiais (43,6%)

RESULTADOS



Indicadores setoriais mais relevantes



% receita gerada pela venda de bebidas; % **receita gerada pela venda de alimentos confeccionados**; **lotação total**; nº de dias com porta fechada; nº de refeições por dia; preço médio de refeição; % **receita proveniente de turistas/visitantes**; % receita proveniente de grupos turísticos



% **receita proveniente das atividades de animação**; % **receita proveniente de turistas/visitantes**; % receita proveniente de grupos turísticos; nº de dias de funcionamento; nº de clientes



% **receita proveniente de incoming**; % **receita proveniente de outgoing**

(todos as avaliações variam entre 3 = relevante e 4 = muito relevante)



Nº total de quartos vendidos; total de receita por cliente; capacidade de alojamento; nº quartos disponíveis; **taxa de ocupação**; **nº de quartos ocupados**; **nº de dormidas**; **nº total de clientes**; RevPar; Preço médio diário dos quartos; % de quartos acessíveis para pessoas incapacitadas



% **receita proveniente de incoming**; % receita proveniente de outgoing; lotação da frota; nº de autocarros disponíveis; nº médio de passageiros por dia; preço médio por km; % **receita proveniente de turistas/visitantes**; % receita proveniente de grupos turísticos



Nº de veículos alugados; lotação total; nº de veículos disponíveis; **duração média do aluguer**; **preço médio diário**; % **receita proveniente de turistas/visitantes**



Lotação total; **nº de dias com porta fechada**; **nº total de visitantes**; preço médio do bilhete; % receita proveniente de turistas/visitantes; % receita proveniente de grupos turísticos

RESULTADOS



Indicadores comuns mais relevantes

VALORES ENTRE 4,43 – 3,56

- Nível de satisfação dos turistas/visitantes
- Sazonalidade da procura turística
- Nº turistas/visitantes que repetem a visita
- Duração da estada
- Contribuição do turismo para o PIB local e regional
- Nº de pernoitas turísticas por mês
- Nível de satisfação dos residentes em relação ao turismo
- % eventos centrados na cultura e património local
- Gasto diário por turista
- Taxa de ocupação dos alojamentos comerciais
- Nº postos de trabalho no turismo
- Nível de inclusão dos produtos endógenos
- Nº de empresas que apoiam a proteção da biodiversidade
- Receita total mensal das empresas

VALORES ENTRE 3,55 – 2,82

- Salários e encargos com pessoal
- Nº de visitantes de um dia por mês
- Nº de funcionários ao serviço
- Gasto diário dos visitantes de um dia
- Encargos médios por funcionários
- Nº de empresas que adotam medidas para reduzir consumo de energia
- Nº de empresas que adotam medidas para reduzir consumo de água
- Despesas não relacionadas com pessoal
- Nº de empresas com certificação
- Consumo de energia per capita nas empresas de turismo
- Nº de empresas que separam os diferentes tipos de resíduos
- Nº de empresas envolvidas em mitigação de alterações climáticas
- % de homens e mulheres empregados no turismo
- Nº de empresas que usam água reciclada
- % de empresas turísticas dirigidas por mulheres

Análise fatorial



Análise fatorial dos indicadores comuns → 4 fatores

	Média	D.P.
Fator 1: Sustentabilidade Ambiental (variância explicada: 46,86; $\alpha = 0,94$)	3,29	0,84
Nº de empresas que adotam medidas para reduzir o consumo de energia	3,38	0,99
Nº de empresas que adotam medidas para reduzir o consumo de água	3,36	1,02
Nº de empresas que usam água reciclada	3,05	1,03
Nº de empresas que separam os diferentes tipos de resíduos	3,24	1,02
Nº de empresas que apoiam a proteção da biodiversidade e da paisagem locais	3,59	1,01
Nº de empresas envolvidas em programas de mitigação de alterações climáticas	3,14	1,01
Consumo de energia <i>per capita</i> nas empresas do turismo	3,25	0,95
Nº de empresas com certificação (ambiental, qualidade...)	3,28	1,02
Fator 2: Sustentabilidade Social (variância explicada: 9,051; $\alpha = 0,94$)	3,37	0,80
Encargos médios por funcionários	3,44	1,06
Salários e encargos com pessoal	3,45	1,03
Nº de funcionários ao serviço	3,48	0,98
Despesas não relacionados com pessoal	3,32	1,03
Receita total mensal das empresas	3,56	1,02
Percentagem de homens e mulheres empregados no turismo	3,13	0,98
Percentagem de empresas turísticas dirigidas por mulheres	2,82	1,07
Nº de postos de trabalho no turismo (permanentes e sazonais)	3,62	0,98

Análise fatorial



Análise fatorial dos indicadores comuns → 4 fatores

	Média	D.P.
Fator 3: Sustentabilidade Socioeconômica (variância explicada: 5,867; $\alpha = 0,94$)	3,92	0,68
Nº de turistas/visitantes que repetem a visita	3,99	0,90
Nível de satisfação dos turistas/visitantes	4,43	0,76
Contribuição do turismo para o PIB local e regional	3,89	0,92
Duração da estada (noites)	3,98	0,92
Nível de satisfação dos residentes em relação ao turismo	3,82	0,90
Nº de pernoitas turísticas por mês	3,86	1,00
Nível de inclusão dos produtos endógenos na cadeia de valor do turismo	3,60	1,04
Taxa de ocupação dos alojamentos comerciais	3,68	1,01
Sazonalidade da procura turística	4,15	0,84
% de eventos centrados na cultura e no património tradicional/local	3,75	0,95
Fator 4: Gasto dos turistas (variância explicada: 3,482; $\alpha = 0,94$)	3,56	0,92
Gasto diário dos visitantes de um dia	3,47	1,06
Nº de visitantes de um dia por mês	3,48	1,07
Gasto diário por turista	3,72	0,99

Teste de hipóteses

H_1 – A importância atribuída aos indicadores do sistema de monitorização está diretamente relacionada com o grau de envolvimento da empresa no conhecimento do seu setor

→ Correlação de Pearson



	N	Correlação de Pearson	Sig
Importância indicadores restauração	19	0,708	0,001
Importância indicadores animação	30	0,702	0,000
Importância indicadores alojamento	145	0,668	0,000
Importância indicadores locais de visita	17	0,258	0,317



Teste de hipóteses

H₂ – A importância atribuída aos indicadores varia de setor para setor

➡ ANOVA

Indicadores	Média							F	Sig
	Rest N = 19	AT N = 30	AVT N = 15	ALOJ N = 145	TC N = 6	LV N = 17	Total N = 234		
Nº de empresas com certificação (ex. ambiental)	3,21	2,73	3,60	3,32	3,83	3,47	3,28	2,228	0,041
Nível de satisfação dos turistas/visitantes	4,68	4,30	4,67	4,35	4,50	4,82	4,43	1,824	0,095
Nº de turistas/visitantes que repetem a visita	4,05	3,90	4,20	3,93	4,50	4,18	3,99	0,855	0,529
Nº de pernoitas turísticas por mês	3,79	3,83	4,13	3,83	4,33	3,94	3,86	0,505	0,804
Nº de visitantes de um dia por mês	3,42	3,73	3,87	3,32	4,17	3,88	3,48	2,061	0,059
Nº de empresas que separam tipos de resíduos	3,37	2,63	3,13	3,35	3,17	3,41	3,24	2,487	0,024
Nº de empresas que adotam medidas para reduzir o consumo de energia	3,68	2,90	3,27	3,45	2,83	3,65	3,38	2,193	0,045
Salários e encargos com pessoal	3,89	3,37	3,80	3,50	4,00	3,59	3,55	0,916	0,484
Nº de funcionários ao serviço	3,84	3,23	3,60	3,42	3,83	3,76	3,48	1,260	0,277
Encargos médios por funcionário	3,95	3,20	3,47	3,39	4,00	3,53	3,44	1,353	0,235
Despesas não relacionadas com pessoal	3,63	3,17	3,27	3,29	3,67	3,47	3,32	0,600	0,730
Receita total mensal das empresas	3,68	3,40	3,40	3,58	3,50	3,65	3,56	0,260	0,955
Sazonalidade da procura turística	4,26	3,90	4,07	4,15	4,50	4,41	4,15	1,031	0,406
Total geral	3,66	3,31	3,67	3,55	3,71	3,75	3,55	1,134	0,343



Teste de hipóteses

H₃ – A importância atribuída aos indicadores está diretamente relacionada com a frequência de consulta de informação estatística

→ Correlação de Pearson

	Frequência de consulta (N = 147)	
	Correlação de <i>Pearson</i>	Sig
Importância dos indicadores (N = 234)	0,051	0,542



Teste de hipóteses

$H_{4.1}$. – A consulta (ou não) de informação estatística varia de setor para setor

➡ Tabulação cruzada e Teste do Qui-quadrado

Setor de atividade	Consulta de informação estatística de turismo			
	Não		Sim	
	N	%	N	%
Restauração (N = 19)	8	42,1	11	57,9
Animação Turística (N = 30)	10	33,3	20	66,7
Agência de Viagens (N = 15)	7	46,7	8	53,3
Alojamento (N = 145)	53	36,6	92	63,4
Transportes com condutor (N = 6)	3	50,0	3	50,0
Transportes sem condutor (N = 2)	1	50,0	1	50,0
Locais de Visita (N = 17)	5	29,4	12	70,6
Total (N = 234)	87	37,2	147	62,8

a. Teste do qui-quadrado: valor = 1,992; grau de liberdade = 6; nível de significância = 0,920



Teste de hipóteses

H_{4.2}. – A frequência de consulta de informação estatística varia de setor para setor

➡ Tabulação cruzada e Teste do Qui-quadrado

Setor de atividade	Frequência de consulta de informação estatística									
	Diária		Semanal		Mensal		Trimestral		Anual	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Restauração (N = 11)	0	0,0	1	9,1	5	45,5	2	18,2	3	27,3
Animação Turística (N = 20)	0	0,0	3	15,0	10	50,0	5	25,0	2	10,0
Agência de Viagens (N = 8)	0	0,0	0	0,0	5	62,5	1	12,5	2	25,0
Alojamento (N = 92)	2	2,2	12	13,0	42	45,7	27	29,3	9	9,8
Transportes com condutor (N = 3)	0	0,0	0	0,0	1	33,3	0	0,0	2	66,7
Transportes sem condutor (N = 1)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	100
Locais de Visita (N = 12)	0	0,0	2	16,7	5	41,7	3	25,0	2	16,7
Total (N = 147)	2	1,4	18	12,2	68	46,3	38	25,9	21	14,3

a. Teste do qui-quadrado: valor = 21,006; grau de liberdade = 24; nível de significância = 0,638



Teste de hipóteses

H_{4.3} – As fontes de informação estatística consultadas variam de setor para setor

➡ ANOVA

Fontes consultadas	Setor de Atividade							F	Sig
	Rest N = 19	AT N = 30	AVT N = 15	ALoj N = 145	TC N = 6	LV N = 17	Total N = 234		
Média	1,95	2,17	2,80	2,32	1,86	2,37	2,29	0,457	0,840
Desvio padrão	2,44	2,21	2,96	2,61	1,86	2,37	2,52		

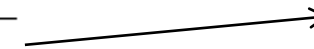


Teste de hipóteses

H₅ – A importância atribuída aos indicadores do sistema de monitorização está diretamente relacionada com o número de fontes consultadas

→ Correlação de Pearson

	Número de fontes consultadas		
	N	Correlação de <i>Pearson</i>	Sig
Importância dos indicadores	234	0,196	0,003



Teste de hipóteses

H_6 – O fornecimento de dados a fontes oficiais varia de setor para setor

➡ Tabulação cruzada e Teste do Qui-quadrado

Setor de atividade	Fornecimento de dados a fontes oficiais			
	Não		Sim	
	N	%	N	%
Restauração (N = 19)	15	78,9	4	21,1
Animação Turística (N = 30)	26	86,7	4	13,3
Agência de Viagens (N = 15)	12	80,0	3	20,0
Alojamento (N = 145)	70	48,3	75	51,7
Transportes com condutor (N = 6)	2	33,3	4	66,7
Transportes sem condutor (N = 2)	1	50,0	1	50,0
Locais de Visita (N = 17)	6	35,3	11	64,7
Total (N = 234)	132	56,4	102	43,6

a. Teste do qui-quadrado: valor = 28,806; nível de significância = 0,000



Teste de hipóteses


H_7 – O fornecimento de dados a fontes oficiais está diretamente relacionado com o número de fontes consultadas

➡ T de student


	Fornecem dados (N = 102)	Não fornecem dados (N = 132)	T	Sig
Média	3,40	1,44	6,39	0,000



CONCLUSÕES



Como consequência do desenvolvimento turístico e o aumento da complexidade da atividade turística, existe agora uma **crescente necessidade de obter informação**, relacionada com os impactos do turismo a um nível regional e/ou local, para que os gestores do destino conseguiram **tomar as decisões mais apropriadas**.



Os resultados deste estudo dão **indicações muito úteis para a definição do modelo de indicadores do Observatório do Turismo do Centro de Portugal**, com o contributo de todos os *stakeholders* da região.

Obrigado pela atenção



***SMAT - Sistema de
Monitorização da Atividade
Turística do Centro de Portugal***

encontro
CIÊNCIA
'18