

Estudo de mercado sobre a atractividade das caves do Vinho do Porto

Inquérito realizado nas ruas da cidade do Porto

Responsável: Pedro Quelhas Brito

Agosto 2011

Índice

1.Objectivos.....	3
2.Metodologia	3
3.Caracterização da amostra.....	4
4.Resultados.....	6
4.1 - Experiencia do visitante com as caves de vinho do Porto.....	6
4.2- Experiencia com outras caves vinícolas.....	17
4.3- Ligação á enologia e consumo de vinho.....	20
4.4- Relação entre o interesse pelo vinho e a gastronomia.....	26
4.5- Perfil do turista.....	31
4.6- Relação entre a cidade – turista – caves.....	35
5.Síntese.....	45

1. Objectivos

O inquérito nas próprias caves permite caracterizar o perfil do visitante, as suas motivações, nível de satisfação e aquilo que os visitantes aprenderam resultante dessa experiência. Presume-se que eventualmente se tornem consumidores ou consumidores mais frequentes. No entanto, apenas se consegue averiguar aqueles aspectos nos turistas que á partida os tornam visitantes das Caves de Vinho do Porto. Neste cenário, desconhecemos a perspectiva dos que não visitaram as caves embora sejam turistas da cidade do Porto.

Ao abordar o turista no exterior das caves – isto é, fora do perímetro geográfico da sua influencia – podemos avaliar qual a atractividade real das caves. Trata-se de saber os seguintes aspectos:

- Nível de reconhecimento do vinho do Porto enquanto ícone da cidade do Porto
- Intenção de visita às caves
- Caves efectivamente visitadas
- Problemas encontrados na cidade – Imagem do destino Porto
- Perfil dos turistas (demográfico e interesses)
- Relação de consumo com o vinho e vinho do Porto
- Atitude em relação á gastronomia

No final, este conjunto de informações irá permitir definir: quais são os turistas que decidem visitar as caves e quais são as características que os distinguem em relação aos que não vão às caves.

2. Metodologia

De seguida expõe-se de forma sintética e esquemática a ficha técnica do inquérito de campo:

Técnica: Inquérito auto-administrado através de entrevista pessoal.

Questionário: Língua nativa

Universo: Turistas de várias nacionalidades/idiomas: Inglês (Anglo-saxónicos), Brasileiros, Espanhóis, Alemães, Italianos e Franceses;

Local: Zona urbana do Porto (excluindo a Ribeira)- Boavista, Cedofeita e Baixa/Aliados.

Período: Agosto a Novembro de 2010

Dimensão da amostra: 600 inquiridos. Os critérios estatísticos que legitimam esta opção são de dois tipos:

1) Segundo a formula de calculo da dimensão da amostra(n):

s^2 = variância; D = desvio ou nível de precisão desejado; Z= valor tabelado correspondente ao grau de confiança adoptado. Se (Z/D) forem definidas previamente, a dimensão a escolher depende apenas da variância inerente à variável relevante a estudar. Neste caso

sabe-se à partida que o universo é relativamente homogéneo pelo menos em alguns elementos de natureza demográfica daí que o erro amostral dificilmente ultrapassará a margem escolhida de 3,5% no total e 6% por nacionalidade/idioma.

- 2) Outro método alternativo é definir a dimensão da amostra de forma a garantir a validade estatística das estimativas. Assim, uma regra consagrada sempre que se recorre à análise multivariada para o tratamento dos dados, consiste em dispor de um número de indivíduos igual ou superior a 3 ou 4 vezes o número de variáveis sujeitas à escala semântica por cada grupo de questões. Neste estudo, prevê-se incluir 10 variáveis no grupo mais extenso. Do que se conclui que a análise estatística merece credibilidade se o número de inquiridos for superior a 30. Como se vai inquirir mais de 280, mesmo o valor mais exigente (4*10) é satisfeito.

3. Caracterização da amostra

Idades

	Freq.	%
< 25 anos	60	10,0%
26-35 anos	114	19,0 %
36-45 anos	134	22,3 %
46-55 anos	129	21,5 %
>56 anos	163	27,2 %
Total	600	100,0%

Sexo

	Freq.	%
masculino	327	54,5%
feminino	273	45,5%
Total	600	100,0%

Idioma/Nacionalidade

	Freq.	%
Brasileiro	100	16,7 %
Espanhol	100	16,7 %
Alemão	100	16,7 %
Inglês	100	16,7 %
Italiano	100	16,7 %
Francês	100	16,7 %
Total	600	100,0%

Estado civil

	Freq.	%
Casado	358	59,7%
Viúvo	28	4,7%
Solteiro	158	26,3%
Divorciado	43	7,2%
Separado	13	2,1%
Total	600	100,0%

Habilitações literárias

	Freq.	%
Primária	33	5,5%
Escola secundária	161	26,8%
Universidade	297	49,5%
Escola pós-graduada	109	18,2%
Total	600	100,0%

Com quem está a viajar?

	Freq.	%
Mulher	175	29,2%
Marido	122	20,3%
Amigos	155	25,8%
Companheiro e Crianças	46	7,7%
Outros Familiares	37	6,2%
Outros membros do grupo de excursão	31	5,1%
Sozinho	30	5,0%
Crianças	4	0,7%
Total	600	100,00%

4. Resultados

Os resultados estão organizados em seis grupos temáticos:

1º Experiencia do visitante com as caves de vinho do Porto;

2º Experiencia com outras caves vinícolas;

3º Ligação á enologia e consumo de vinho;

4º Relação entre o interesse pelo vinho e a gastronomia;

5º Perfil do turista;

6º Relação entre a cidade – turista – caves

4.1 - Experiencia do visitante com as caves de vinho do Porto

Temas abordar:

Se planeia visitar ou já visitou caves?

Quais as Caves visitadas pelos turistas.

Número de caves visitadas – proporção de visitantes.

Mesmo que eu tivesse que pagar três vezes mais eu tinha visitado essa cave de vinho?

Qual a probabilidade de se tornar um consumidor regular de vinho do Porto no seu país? Diria que as probabilidades são:

Qual a probabilidade de recomendar esta cave de vinho a um amigo ou familiar? Diria que as probabilidades eram:

Por favor indique-nos o que não o agradou nesta experiência e como tal deveria ser melhorado ou alterado?

Por favor indique-nos o que mais o surpreendeu positivamente nesta experiência?

Deseja receber informação relevante acerca do vinho em Portugal e do Vinho do Porto – incluindo eventos turísticos e culturais - gratuitamente?

Planeia visitar ou já visitou caves?

	Freq.	%
sim	337	56,2 %
não	263	43,8 %
Total	600	100,0%

Mais precisamente, os 56,2% incluem os 48,7% que já visitaram e que os 7,5% planeiam fazê-lo ainda durante a sua estadia na cidade.

No grupo dos que planearam ou já visitaram (56,2% da amostra) as caves obteve-se a seguinte distribuição de idades:

	idade					Total
	< 25	26-35	36-45	46-55	>56	
Freq.	28	47	73	68	121	337
%	8,3 %	13,9%	21,7%	20,2%	35,9%	100,0%

Distribuição por sexo dos planeiam ou já visitara as caves:

	Freq.	%
masculino	327	60,2 %
feminino	273	39,8 %
total	600	100,0%

A nacionalidade não exerceu qualquer influência na predisposição de visitar as caves. Ou seja, a origem foi indiferente na decisão de visitar.

Número de caves visitadas – proporção de visitantes:

Nº caves visitadas	Nº turistas	%
0	263	43,8%
1	290	48,3%
2	40	6,7%
3	4	0,7%
4	3	0,5%
total	600	100,0%

Caves visitadas pelos turistas

Descreve-se exactamente os termos indicados pelos entrevistados independentemente de existirem ou não ou da de eventuais imprecisões na sua descrição.

Cave	Frequência	% visitantes
Burmester	1	0,3%
Cálem	104	30,9%
Croft	15	4,5%
Ferreira	42	12,5%
Folias do Baco	1	0,3%
Graham's	8	2,4%
Gran Cruz	1	0,3%
Kopke	3	0,9%
Offley	39	11,6%
Quinta do Portal	1	0,3%
Ramos Pinto	7	2,1%
Real Companhia Velha	12	3,6%
Sandeman	62	18,4%

Taylor's	27	8,0%
Vasconcelos	2	0,6%
Wise & Krohn	1	0,3%
Não se lembra	4	1,2%
Ainda não decidiram	7	2,1%
Total	337	100,0%

Caves de Vinho do Porto em função da nacionalidade:

Cave	Idioma/nacionalidade						Total
	Brasileiro	Espanhol	Alemão	Inglês	Italiano	Francês	
Burmester	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Cálem	20,2%	12,5%	15,4%	13,5%	20,1%	18,3%	100,0%
Croft	6,7%	26,7%	33,2%	6,7%	26,7%	0,0%	100,0%
Ferreira	23,7%	31,0%	11,9%	2,4%	16,7%	14,3%	100,0%
Folias do Baco	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Graham's	12,5%	0,0%	50,0%	37,5%	0,0%	0,0%	100,0%
Gran Cruz	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Kopke	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Offley	12,8%	10,3%	15,4%	23,1%	12,8%	25,6%	100,0%
Quinta do Portal	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Ramos Pinto	14,3%	57,1%	14,3%	0,0%	0,0%	14,3%	100,0%
Real Companhia Velha	16,7%	25,0%	0,0%	0,0%	25,0%	33,3%	100,0%
Sandeman	21,0%	22,6%	11,3%	16,1%	14,5%	14,5%	100,0%
Taylor's	0,0%	3,7%	37,0%	37,0%	14,8%	7,5%	100,0%
Vasconcelos	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Wise & Krohn	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Não se lembra	25,0%	25,0%	0,0%	25,0%	0,0%	25,0%	100,0%
Ainda não decidiram	42,8%	14,3%	0,0%	28,6%	0,0%	14,3%	100,0%

Mesmo que eu tivesse que pagar três vezes mais eu tinha visitado essa cave de vinho?

	Freq.	%
Concordo Totalmente	15	5,1%
Concordo	110	37,7%
Neutro	59	20,2%
Discordo	64	21,9%
Discordo Totalmente	44	15,1%
Total	292	100,0%

Os homens revelaram maior disponibilidade em aceitar um aumento do preço da entrada. Em média o nível de concordância daquele cenário é 14% superior nos homens que nas mulheres. O gráfico seguinte mostra a influência da nacionalidade no grau de aceitabilidade em pagar três vezes mais. Apenas os visitantes Alemães e Italianos expressaram um acréscimo de 3% e 10% respectivamente em relação á condição de indiferença. Ou seja, estas nacionalidades apoiavam tal proposta de preço. No extremo os Brasileiros com -13% e os Ingleses com -7% rejeitaram nessa proporção tal cenário em comparação com a condição de neutralidade. Já para os Espanhóis seria indiferente.



Qual a probabilidade de recomendar esta cave de vinho a um amigo ou familiar? Diria que as probabilidades eram:

	Freq.	%
Excelentes	41	14,0%
Muito Boas	135	46,2%
Boas	103	35,3%
Regulares	12	4,1%
Fracas	1	0,4%
Total	292	100,0%

A disponibilidade para os homens recomendarem as caves foi ligeiramente superior ao verificado nas mulheres. Não se constatou qualquer efeito da idade sobre a vontade de recomendar.

Qual a probabilidade de se tornar um consumidor regular de vinho do Porto no seu país? Diria que as probabilidades são:

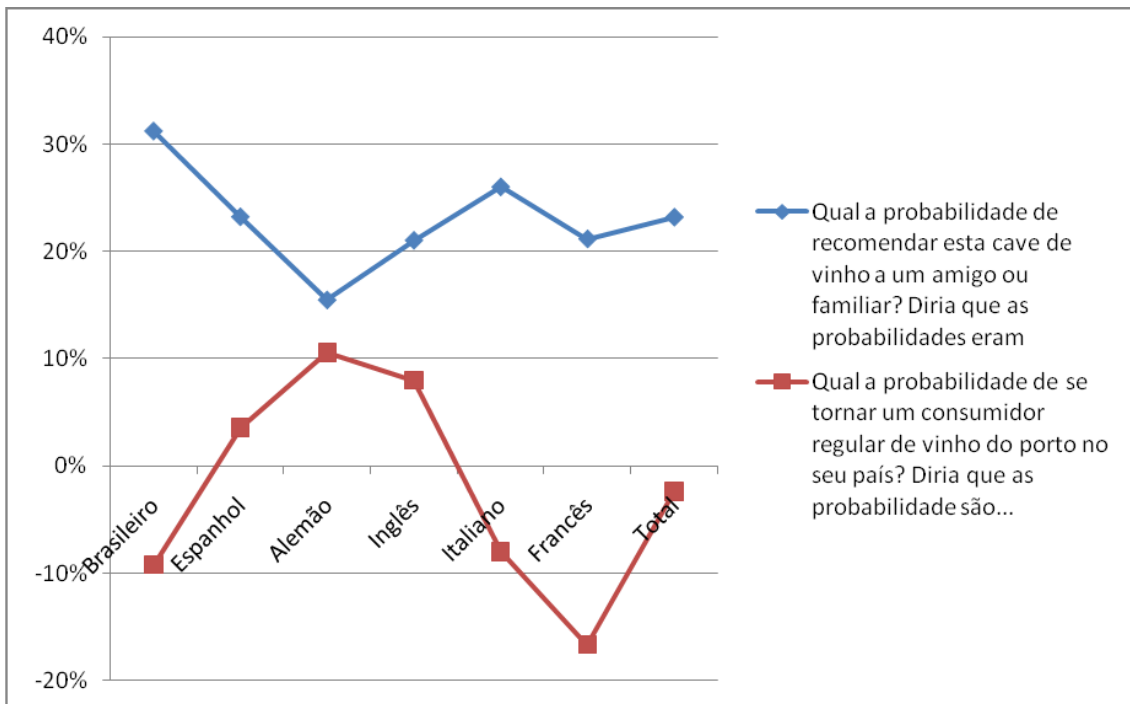
	Freq.	%
Fracas	54	18,5%
Regulares	40	13,7%
Boas	102	34,9%
Muito Boas	65	22,3%
Excelentes	31	10,6%
Total	292	100,0%

A idade e o sexo dos visitantes não estão estatisticamente associados com a intenção de se tornarem consumidores regulares de Vinho do Porto.

A tabela seguinte mostra a relação da probabilidade de se tornar um consumidor regular de vinho do Porto no seu país visitando alguma cave de vinho do Porto com o facto de ser ou não a primeira visita a uma cave vinícola:

		Esta é a primeira vez que visito uma cave vinícola							
		Esta é a primeira vez		Já fui a outras		Nunca fui a nenhuma		total	
Probabilidade de se tornar consumidor regular de vinho do Porto	Fracas	44	22,3%	10	11,4%	0	0,0%	54	18,5%
	Regulares	24	12,2%	14	15,9%	2	28,6%	40	13,7%
	Boas	59	29,9%	39	44,3%	4	57,1%	102	34,9%
	Muito Boas	49	24,9%	15	17,0%	1	14,3%	65	22,3%
	Excelentes	21	10,7%	10	11,4%	0	0,0%	31	10,6%
		197	100,0%	88	100,0%	7	67,3%	292	100,0%

O gráfico em baixo traduz o grau de desvio (percentualmente) em relação á situação neutra/indiferença.



Os mais entusiastas (os Brasileiros) não são necessariamente os que se predispõe a converterem-se em consumidores regulares de vinho do Porto. Inversamente, os Alemães apesar de serem os que menos se predispõe a recomendar são os que revelam maior intenção em consumir regularmente vinho do Porto.

“Por favor indique-nos o que não o agradou nesta experiência e como tal deveria ser melhorado ou alterado?”

Os quadros seguintes mostram as opiniões dos turistas de diferentes sobre a sua experiencia menos positiva nas Caves. Nem todos os 57 visitantes encontram pontos mais fracos ou quiseram expressar o que menos gostaram. No caso dos Brasileiros foram 14 os que entenderam manifestar-se com algum comentário.

Brasil- não agradou	freq.
Achei fraca a degustação	4
Tinha muitos turistas no dia	3
A prova foi muito rápida	1
Estava escuro	1
Falta de informação	1
O facto de se pagar a visita à cave, deveria ser um bem público	1
O modo como os portugueses tratam os turistas	1
Servem pouco vinho	1
A degustação em si (poucas provas)	1
total de citações	14
total de visitantes	57

Espanhol - não agradou	freq.
Poucas provas de vinho	5
Não gostei, achei fraco	4
Tempo de espera para entrar nas caves	2
A guia foi pouco simpática	2
Frio sentido nas Caves	1
Explicação da guia muito simples	1
Falta estacionamento	1
Percurso nas Caves pouco interessante	1
Informação escassa nos postos de turismo	1
total de citações	17
total de visitantes	59

Alemão - não agradou	freq.
Muito pouco vinho na degustação	3
Explicação foi rápida de mais	1
Falavam mal alemão	1
total de citações	5
total de visitantes	59

Inglês - não agradou	freq.
Aumentar a quantidade de vinho a degustar	6
Demasiado sombrio	5
Pouca variedade de vinhos a degustar, fraca representatividade	4
Devia haver mais postos de informação sobre as caves e os que existem são difíceis de encontrar	3
Poucas visitas em inglês	2
Ter que pagar para degustar	1
Melhor segurança	1
Melhor planeamento das visitas	1
Tempo de espera longo, atrasos	1
Devia haver mais informação sobre as caves e não apenas só sobre as mais importantes	1
total de citações	25
total de visitantes	64

Italiano - não agrada	freq.
Etiqueta	4
Muito pouco vinho na degustação	3
Nada (interessante)	2
Atraso na visita	2
Visita muito rápida	2
Pouco seguro	1
Não falam italiano	1
A degustação deveria ser acompanhada com queijo e frutos vermelhos	1
total de citações	16
total de visitantes	55

Francês - não agrada	freq.
Pequena quantidade de vinho a degustar	6
Longa espera para entrar	2
Visita demasiado rápida	2
Degustação a despachar	1
total de citações	11
total de visitantes	57

“Por favor indique-nos o que mais o surpreendeu positivamente nesta experiência?”

Brasil - agrada	freq.
Tudo ótimo	15
A possibilidade de ouvir a história do vinho	4
O ambiente típico das caves e a tradição do vinho do Porto	3
A explicação da guia	2
As caves em si	2
Degustação	2
Estrutura e arquitectura	2
A grande quantidade de vinícolas	1
A organização e a beleza	1
A quantidade de restaurantes	1
A simpatia da guia da cave	1
A visita em si e o ambiente	1
Conhecer a tradição associada	1
No douro tudo é maravilhoso	1
O maravilhoso acolhimento	1
O vinho do porto é muito bom	1
Organização da cidade	1

Os preços para entrar nas vinícolas	1
Pipas grandes	1
Variedade de vinhos	1
Ver de perto todo o processo	1
Visitas muito explicativas	1
total de citações	45
total de visitantes	55

Alemão - agradou	freq.
Tudo	25
Bem disposta e organizado	3
Ambiente das adegas	3
Aprendizagem da produção	2
Descobrir a tradição	2
Afabilidade	1
História das caves e do vinho	1
Gostei da prova dos vinhos	1
Mostrou o lado superior dos produtos portugueses	1
total de citações	39
total de visitantes	58

Inglês - agrada	freq.
Tudo okay, surpreendente e positivo	10
Estar em contacto com a história e a tradição do vinho e das caves	9
Aprender e ver como vinho é feito, obter explicações	5
Guias competentes e simpáticas	2
Degustação de vinhos diferentes	2
Organização e ambiente das caves	2
Degustação gratuita	2
Ter uma visita em inglês	1
Incentivar a comprar pela qualidade	1
total de citações	34
total de visitantes	64

Italiano - agrada	freq.
Tudo	20
Aprender como se faz	5
Vinho do porto delicioso	4
Ambiente das caves	4
Conhecer a tradição	3
Cordialidade portuguesa E bom acolhimento	2
Como se faz o vinho	1
A experiência por si	1
A organização	1
Atmosfera acolhedora, interessante e bem cuidada	1
Beleza das caves	1
Clareza das explicações	1
total de citações	44
total de visitantes	52

Francês - agrada	freq.
Foi agradável, gostei	23
Conhecer e aprender sobre a região e as caves	4
Poder provar o vinho do porto	2
Descobrir sobre a história do vinho do porto	6
Ver como produz o vinho	3
Experimentar vinho do porto branco	3
Ambiente das caves	1
Competência e disponibilidade das guias	1
Luminosidade das caves	1
Visita de barco	1
total de citações	45
total de visitantes	54

“Deseja receber informação relevante acerca do vinho em Portugal e do Vinho do Porto – incluindo eventos turísticos e culturais - gratuitamente?”

	Freq.	%
Sim	143	23,8%
Não	457	76,2%
Total	600	100,0%

Todos os que mostraram interesse em receber informação também se disponibilizaram a dar os contactos de email.

Relação entre a disponibilidade de obter informação sobre o Vinho do Porto com a visita às Caves de Vinho do Porto

No grupo dos que se mostraram interessados em receber informação 77,6% já ou vão visitar as caves. Nos que não querem receber informação metade visitaram ou pensam visitar as caves.

No conjunto dos 56,2% que já ou tencionam visitar as caves 32,9% aceitaram dar o email. No conjunto dos 43,8% que não tencionam visitar as caves apenas 12,2% indicaram o seu email para receberem informação.

Cruzando a resposta sobre o desejo de receber informação relevante acerca do Vinho em Portugal e do Vinho do Porto – incluindo eventos turísticos e culturais - gratuitamente com a frequência com que bebe vinho do Porto:

		Deseja receber informações					
		Sim		Não		total	
Com que frequência bebe vinho do Porto	Não bebe	34	23,8%	210	46,0%	244	40,6%
	Bebe diariamente	2	1,4%	17	3,7%	19	3,2%
	Bebe às vezes	107	74,8%	230	50,3%	337	56,2%
		143	100,0%	457	100,0%	600	100,0%

Atendendo à nacionalidade:

		Deseja receber informações					
		sim		Não		Total	
Nacionalidade	Brasileira	42	29,4%	58	12,7%	100	16,7 %
	Espanhola	23	16,1%	77	16,9%	100	16,7 %
	Alemã	30	21,0%	70	15,3%	100	16,7 %
	Inglesa	14	9,8%	86	18,8%	100	16,7 %
	Italiana	19	13,3%	81	17,7%	100	16,7 %
	Francesa	15	10,4%	85	18,6%	100	16,7 %
		143	100,0%	457	100,0%	600	100,0%

4.2- Experiencia com outras caves vinícolas

Os temas abordados foram

“Esta é a primeira vez que visito uma cave?”

Quais as caves vinícolas que já visitou em outros países e regiões?

“Antes de chegar ao Porto, considerou e planeou visitar as caves vinícolas?”

“A que fontes de informação acerca do Porto/Caves vinícolas recorreu?”

“Esta é a primeira vez que visito uma cave?”

	Freq.	%
Esta é a primeira vez	224	37,3%
Já fui a outras	157	26,2%
Nunca fui a nenhuma	219	36,5%
Total	600	100,0%

Quais as caves vinícolas que já visitou em outros países e regiões?

Os dados seguintes referem-se à primeira opção e só incluem o País e a Região, sendo complicado identificar marca do vinho ou produto (muito nomes não se conseguiu confirmar se existiam e de onde eram)!

País	Freq.	%
Alemanha	2	1,3%
Argentina	4	2,5%
Austrália	1	0,6%
Brasil	14	8,9%
Chile	5	3,2%
Escócia	1	0,6%
Espanha	28	17,8%
Estados Unidos	6	3,8%
França	53	33,8%
Grécia	1	0,6%
Hungria	1	0,6%
Irlanda	1	0,6%
Itália	22	14,0%
Nova Zelândia	1	0,6%
Portugal	15	9,6%
Suíça	1	0,6%
Uruguai	1	0,6%
Total	157	100,0%

Região	Freq.	%
Açores	1	0,8%
Alsácia	7	5,6%
Andaluzia	1	0,8%

Ática	1	0,8%
Bairrada	1	0,8%
Beiras	1	0,8%
Bento Gonçalves	1	0,8%
Blan Jolais	1	0,8%
Bordeaux	22	17,5%
Borgonha	5	4,0%
Burgos	1	0,8%
Califórnia	3	2,4%
Catalunha	4	3,2%
Douro	2	1,6%
Galiza	3	2,4%
Genova	1	0,8%
Jerez	11	8,7%
Juliusspital	1	0,8%
L. Roussillon	1	0,8%
La Rioja	1	0,8%
Lac balaton egor	1	0,8%
Lanzarote	1	0,8%
Loire	7	5,6%
Madeira	7	5,6%
Madrid	1	0,8%
Malaga	1	0,8%
Melbourne	3	2,4%
Mendoza	1	0,8%
Mosela	1	0,8%
Napa Valley	2	1,6%
Navarra	3	2,4%
Parana	1	0,8%
Perugia	1	0,8%
Piemonte	3	2,4%
Rhone Alpes	1	0,8%
Rio Grande do Sul	8	6,3%
Riviera	1	0,8%
Santa Catarina	2	1,6%
Santiago Chile	1	0,8%
Scotland	1	0,8%
Secilia	1	0,8%
Serra Gaucha	1	0,8%
Toscana	8	6,3%
Total	126	100,0%

“Antes de chegar ao Porto, considerou e planeou visitar as caves vinícolas?”

	Freq.	%
Sim	358	59,7%
Não	242	40,3%
Total	600	100,0%

Ou seja, 40,3% muito provavelmente desconheciam ou ignoraram existência as caves como icon da cidade que iam a visitar.

		É a primeira vez que visita uma cave?							
		É a primeira vez		Já fui a outras		Não sabe/não respondeu		total	
Antes de chegar ao Porto, considerou e planeou visitar as caves vinícolas.	Sim	169	28,2%	113	18,8%	76	12,7%	358	59,7%
	Não	55	9,2%	44	7,3%	143	23,8%	242	40,3%
		224	37,3%	157	26,2%	219	36,5%	600	100,0%

“A que fontes de informação acerca do Porto/Caves vinícolas recorreu?”

Fontes de informação	Freq.	%
Guias de viagens	131	23,8%
Websites/Internet	127	23,1%
Postos de turismo	105	19,1%
Recomendações de familiares/amigos	98	17,8%
Agentes de viagens	68	12,4%
Brochuras oficiais	21	3,8%
Total	550	100,0%

Por nacionalidade/idioma:	Brasileiros	Espanhol	Alemão	Inglês	Italiano	Francês
Websites/Internet	30%	16%	16%	22%	28%	15%
Postos de turismo	10%	26%	23%	8%	13%	25%
Guias de viagens	20%	21%	26%	15%	21%	28%
Agentes de viagens	11%	14%	12%	7%	14%	10%
Brochuras oficiais	7%	7%	5%	1%	0%	1%
Recomendações de familiares/amigos	25%	16%	16%	19%	8%	14%

Houve turistas (Brasileiros e Espanhóis) que recorreram a mais que uma fonte de informação mas as restantes nacionalidades incluíram turistas que não usaram qualquer informação sobre as caves.

4.3- Ligação á enologia e consumo de vinho

Temas abordados:

Com que frequência bebe vinho?

Com que frequência alguém em sua casa compra vinho?

Que marca de Vinho do Porto conhece?

Com que frequência bebe Vinho do Porto?

Com que frequência alguém em sua casa compra Vinho do Porto?

Possui uma adega particular?

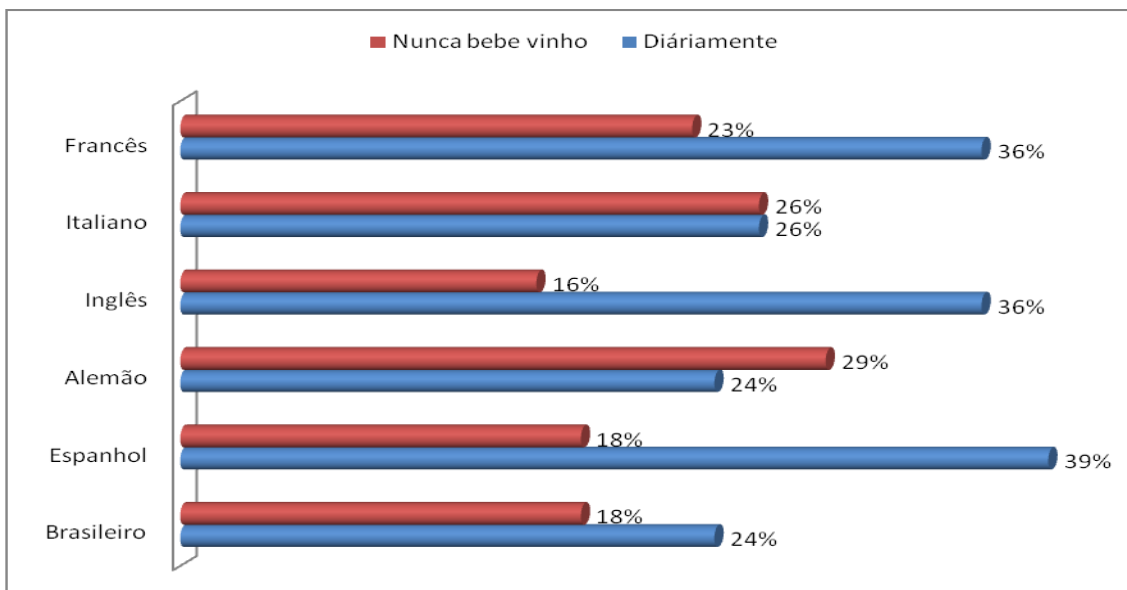
Quantas garrafas de vinho (apenas de vinho e não outras bebidas alcoólicas) tem na sua adega particular?

Como avaliaria as suas competências na qualidade de conhecedor/expert em vinhos?

Com que frequência bebe vinho?

	Freq.	%
Nunca	130	21,7%
Diariamente	185	30,8%
Às vezes	285	47,5%
Total	600	100,0%

	Freq.	%
Semanalmente	202	70,8%
Mensalmente	44	15,3%
Trimestralmente	30	10,4%
Semestralmente	9	3,5%
Total	285	100,0%



Com que frequência alguém em sua casa compra vinho?

	Freq.	%
Nunca	123	20,5%
Diariamente	68	11,3%
Às vezes	409	68,2%
Total	600	100,0%

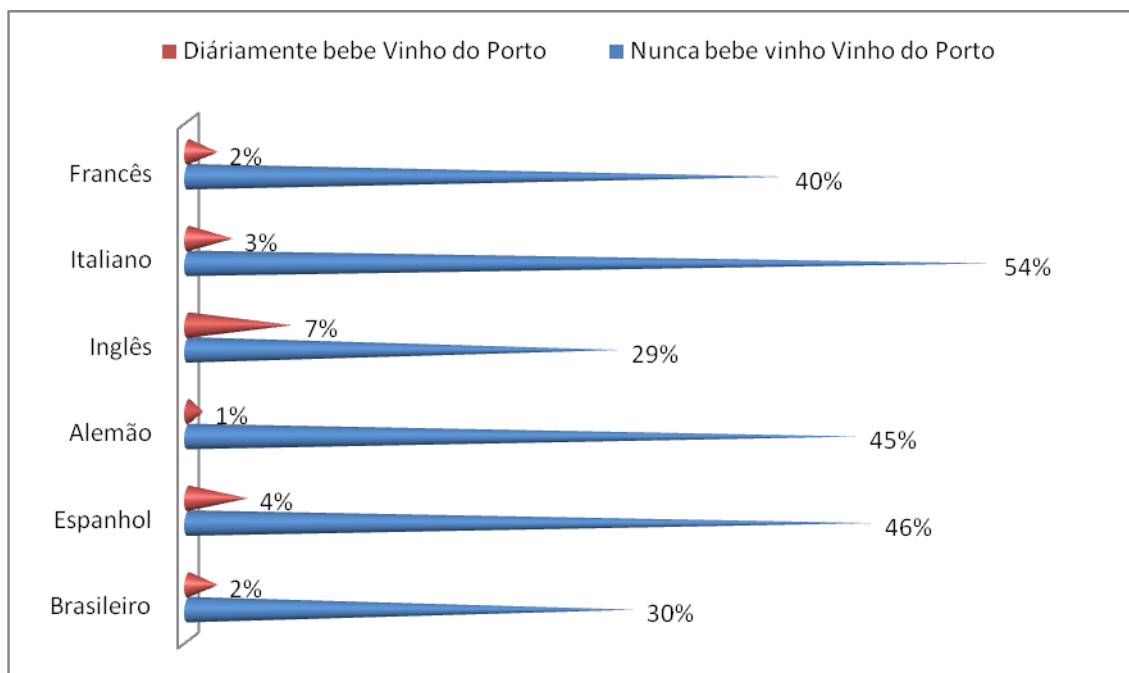
	Freq.	%
Semanalmente	170	41,6%
Mensalmente	189	46,1%
Trimestralmente	24	5,9%
Semestralmente	26	6,4%
Total	409	100,0%

Que marca de Vinho do Porto conhece?

	Freq.	%
Adriano Ramos Pinto	1	0,1%
Barros	2	0,3%
Borges	5	0,7%
Burmester	1	0,1%
Cálem	136	18,0%
Croft	66	8,7%
Companhia Real	1	0,1%
D. Antónia	24	3,2%
D. Ana	1	0,1%
D. Maria	1	0,1%
Downs	5	0,7%
Ferreira	150	19,9%
Ferreira Pinto	8	1,1%
Ferreirinha	7	0,9%
Fonseca	1	0,1%
Graham's	15	2,0%
Gran Cruz	8	1,1%
Kopke	17	2,3%
Martinez	2	0,3%
Mateus	2	0,3%
Messias	1	0,1%
Offley	74	9,8%
Porto Cruz	12	1,6%
Quinta do Noval	2	0,3%
Quinta do Porto	1	0,1%
Quinta de Ventozelo	1	0,1%
Ramos Pinto	13	1,7%
Real Companhia Velha	1	0,1%
Ruby Port	1	0,1%
Sandeman	106	14,0%
Tawny	3	0,4%
Taylor's	71	9,4%
Três Velhotes	1	0,1%
Vasconcelos	2	0,3%
Velhotes	8	1,1%
Wise & Krohn	3	0,4%
Capa Negra	1	0,1%
Australian	1	0,1%
Total	755	100,0%

Com que frequência bebe Vinho do Porto?

	Freq.	%		Freq.	%	
Nunca	244	40,7%	→	Diariamente	19	5,3%
Às vezes	356	59,3%		Semanalmente	100	28,1%
Total	600	100,0%		Mensalmente	135	37,9%
				Trimestralmente	29	8,1%
				Semestralmente	73	20,6%
				Total	356	100,0%



Com que frequência bebe vinho do Porto em função do sexo do entrevistado:

		sexo					
		masculino		Feminino		total	
Com que frequência bebe vinho do Porto	Não bebe	123	37,6%	121	44,3%	244	40,6%
	Bebe diariamente	8	2,4%	11	4,0%	19	3,2%
	Bebe às vezes	196	60,0%	141	51,7%	337	56,2%
		327	100,0%	273	100,0%	600	100,0%

Com que frequência bebe vinho atendendo á nacionalidade:

		Com que frequência bebe vinho do Porto							
		Não bebe		Bebe diariamente		Bebe às vezes		total	
Nacionalidade	Brasileira	30	12,3%	2	10,5%	68	20,2%	100	16,7 %
	Espanhola	46	18,9%	4	21,1%	50	14,8%	100	16,7 %
	Alemã	45	18,4%	1	5,3%	54	16,0%	100	16,7 %
	Inglesa	29	11,9%	7	36,8%	64	19,0%	100	16,7 %
	Italiana	54	22,1%	3	15,8%	43	12,8%	100	16,7 %
	Francesa	40	16,4%	2	10,5%	58	17,2%	100	16,7 %
		244	100,0%	19	100,0%	337	100,0%	600	100,0%

Com que frequência alguém em sua casa compra Vinho do Porto?

	Freq.	%
Nunca	267	44,5%
Às vezes	333	55,5%
Total	600	100,0%

	Freq.	%
Diariamente	1	0,3%
Semanalmente	5	1,5%
Mensalmente	42	12,7%
Trimestralmente	38	11,4%
Semestralmente	247	74,1%
Total	333	100,0%

Possui uma adega particular?

	Freq.	%
Sim	196	32,7%
Não	404	67,3%
Total	600	100,0%

Dos turistas que possuem adegas/garrafeiras 75,5% visitam as Caves de Vinho do Porto e 76% tencionam ou foram visitar o Douro.

Com que frequência bebe vinho e a sua relação com a existência ou não de adega particular:

		Possui adega particular					
		Sim		Não		total	
Com que frequência bebe vinho	Nunca	3	1,5%	127	31,4%	130	21,7%
	Diariamente	114	58,2%	71	17,6%	185	30,8%
	Semanalmente	65	33,2%	137	33,9%	202	33,7%
	Mensalmente	10	5,1%	34	8,4%	44	7,3%
	Trimestralmente	4	2,0%	26	6,4%	30	5,0%
	Semestralmente	0	0,0%	9	2,3%	9	1,5%
Total		196	100,0%	404	67,3%	600	100,0%

Com que frequência bebe vinho do Porto e a sua relação com a existência ou não de adega particular:

		Possui adega particular					
		Sim		Não		total	
Com que frequência bebe vinho do Porto	Nunca	23	11,7 %	221	54,7%	244	40,7%
	Diariamente	11	5,6%	8	2,0%	19	3,2%
	Semanalmente	53	27,0%	47	11,6%	100	16,7%
	Mensalmente	72	36,8%	63	15,6%	135	22,5%
	Trimestralmente	14	7,2%	15	3,7%	29	4,8%
	Semestralmente	23	11,7%	50	12,4%	73	12,1%
Total		196	100,0%	404	100,0%	600	100,0%

Com que frequência compra vinho e a sua relação com a existência ou não de adega particular:

		Possui adega particular					
		Sim		Não		Total	
Com que frequência compra vinho	Nunca	4	2,0%	119	29,5%	123	20,5%
	Diariamente	34	17,3%	34	8,4%	68	11,3%
	Semanalmente	61	31,1%	109	27,0%	170	28,3%
	Mensalmente	85	43,4%	104	25,7%	189	31,5%
	Trimestralmente	7	3,6%	17	4,2%	24	4,0%
	Semestralmente	5	2,6%	21	5,2%	26	4,4%
Total		196	100,0%	404	67,3%	600	100,0%

Com que frequência compra vinho do Porto e a sua relação com a existência ou não de adega particular:

		Possui adega particular					
		Sim		Não		total	
Com que frequência compra vinho do Porto	Nunca	28	14,3 %	239	59,2%	267	44,5%
	Diariamente	1	0,5%	1	0,2%	1	0,2%
	Semanalmente	3	1,5%	2	0,4%	5	0,8%
	Mensalmente	23	11,7%	19	4,7%	42	7,0%
	Trimestralmente	24	12,3%	14	3,4%	38	6,3%
	Semestralmente	117	59,7%	130	32,1%	247	41,2%
		196	100,0%	404	100,0%	600	100,0%

Quantas garrafas de vinho (apenas de vinho e não outras bebidas alcoólicas) tem na sua adega particular?

	Freq.	%
<20	13	6,6%
20-29	22	11,2%
30-49	37	18,9%
50-74	41	20,9%
75-89	8	4,1%
90-99	6	3,1%
100-149	23	11,7%
150-199	13	6,6%
200-299	20	10,2%
300-499	6	3,1%
500-999	4	2,0%
>1000	3	1,5%
Total	196	100,0%

Com que frequência bebe vinho do Porto e a sua relação com o nº de garrafas que tem na sua adega particular:

		Nº garrafas na adega particular							
		< 50		51-100		>100		total	
Com que frequência bebe vinho do Porto	Nunca	15	20,8 %	2	3,6%	6	8,7%	23	11,7%
	Diariamente	6	8,3%	3	5,5%	2	2,9%	11	5,6%
	Às vezes	51	70,9%	50	90,9%	61	88,4%	162	82,7%
		72	100,0%	55	100,0%	69	100,0%	196	100,0%

Como avaliaria as suas competências na qualidade de conhecedor/expert em vinhos?

	Freq.	%
Muito Avançadas	15	2,5%
Avançadas	100	16,7%
Medianas	195	32,5%
Básicas	141	23,5%
Muito Básicas	149	24,8%
Total	600	100,0%

Competências na qualidade de conhecedor/expert em vinhos por sexo:		sexo					
		masculino		Feminino		total	
Competências na qualidade de conhecedor/expert em vinhos	Muito Avançadas	6	1,8%	9	3,3%	15	2,5%
	Avançadas	67	20,5%	33	12,1%	100	16,7%
	Medianas	114	34,9%	81	29,7%	195	32,5%
	Básicas	73	22,3%	68	24,9%	141	23,5%
	Muito Básicas	67	20,5%	82	30,0%	149	24,8%
		327	100,0%	273	100,0%	600	100,0%

Competências na qualidade de conhecedor/expert em vinhos para possuidores e não possuidores de garrafeira:		Possui adega particular ou garrafeira					
		Sim		Não		total	
Competências na qualidade de conhecedor/expert em vinhos	Muito Avançadas	8	4,1%	7	1,7%	15	2,5%
	Avançadas	70	35,7%	30	7,4%	100	16,7%
	Medianas	95	48,5%	100	24,8%	195	32,5%
	Básicas	19	9,7%	122	30,2%	141	23,5%
	Muito Básicas	4	2,0%	145	35,9%	149	24,8%
		196	100,0%	404	100,0%	600	100,0%

Competências na qualidade de conhecedor/expert em vinhos para consumidores e não consumidores de vinho:		Com que frequência bebe vinho					
		Não bebe		bebe		total	
Competências na qualidade de conhecedor/expert em vinhos	Muito Avançadas	1	0,7%	14	3,0%	15	2,5%
	Avançadas	4	3,1%	96	20,4%	100	16,7%
	Medianas	16	12,3%	179	38,1%	195	32,5%
	Básicas	30	23,1%	111	23,6%	141	23,5%
	Muito Básicas	79	60,8%	70	14,9%	149	24,8%
		130	100,0%	470	100,0%	600	100,0%

Competências na qualidade de conhecedor/expert em vinhos em função do consumo de vinho do Porto:		Com que frequência bebe vinho do Porto					
		Não bebe		bebe		total	
Competências na qualidade de conhecedor/expert em vinhos	Muito Avançadas	1	0,4%	14	3,9%	15	2,5%
	Avançadas	13	5,3%	87	24,4%	100	16,7%
	Medianas	47	19,3%	148	41,7%	195	32,5%
	Básicas	65	26,6%	76	21,3%	141	23,5%
	Muito Básicas	118	48,4%	31	8,7%	149	24,8%
		244	100,0%	356	100,0%	600	100,0%

Competências na qualidade de conhecedor/expert em vinhos?	Intenção de Visita as Caves de Vinho do Porto		
	Não	Sim	Total
Muito Avançadas	53,3%	46,7%	100,0%
Avançadas	28,0%	72,0%	100,0%
Medianas	34,4%	65,6%	100,0%
Básicas	44,7%	55,3%	100,0%
Muito Básicas	65,1%	34,9%	100,0%

4.4- Relação entre o interesse pelo vinho e a gastronomia

Escolha a opção que mais se aproxima da sua posição perante as seguintes afirmações:

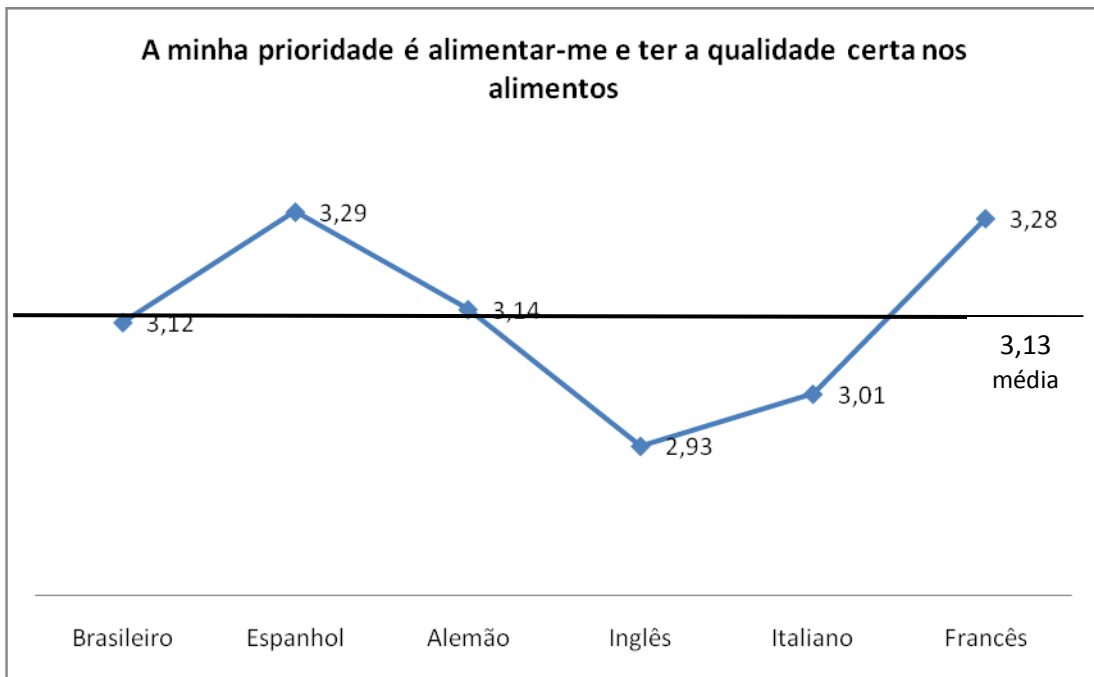
	Concordo Totalmente		Concordo		Neutro		Discordo		Discordo Totalmente		Total	
A minha prioridade é alimentar-me e ter a qualidade certa nos alimentos	206	34,3%	279	46,5%	103	17,2%	10	1,7%	2	0,3%	600	100,0%
Eu não me importo de pagar mais só para provar a gastronomia local	159	26,5%	300	50,0%	107	17,8%	29	4,8%	5	0,8%	600	100,0%
Prefiro manter a minha dieta usual, não gosto de novas experiências	34	5,7%	65	10,8%	90	15,0%	231	38,5%	180	30,0%	600	100,0%
Eu sigo os conselhos de guias especializados para localizar os melhores Restaurantes	94	15,7%	284	47,3%	162	27,0%	46	7,7%	14	2,3%	600	100,0%
Comer comida requintada com os amigos é um dos prazeres da vida	190	31,7%	262	43,7%	122	20,3%	15	2,5%	11	1,8%	600	100,0%
Eu procuro sempre o restaurante menos caros	59	9,8%	108	18,0%	249	41,5%	148	24,7%	36	6,0%	600	100,0%
Não me importo de gastar algum tempo a explorar novas experiências gastronómicas	206	34,3%	279	46,5%	103	17,2%	10	1,7%	2	0,3%	600	100,0%

Em baixo iremos verificar se existem diferenças estatisticamente significativas entre estas atitudes perante a gastronomia e a outras variáveis demográficas.

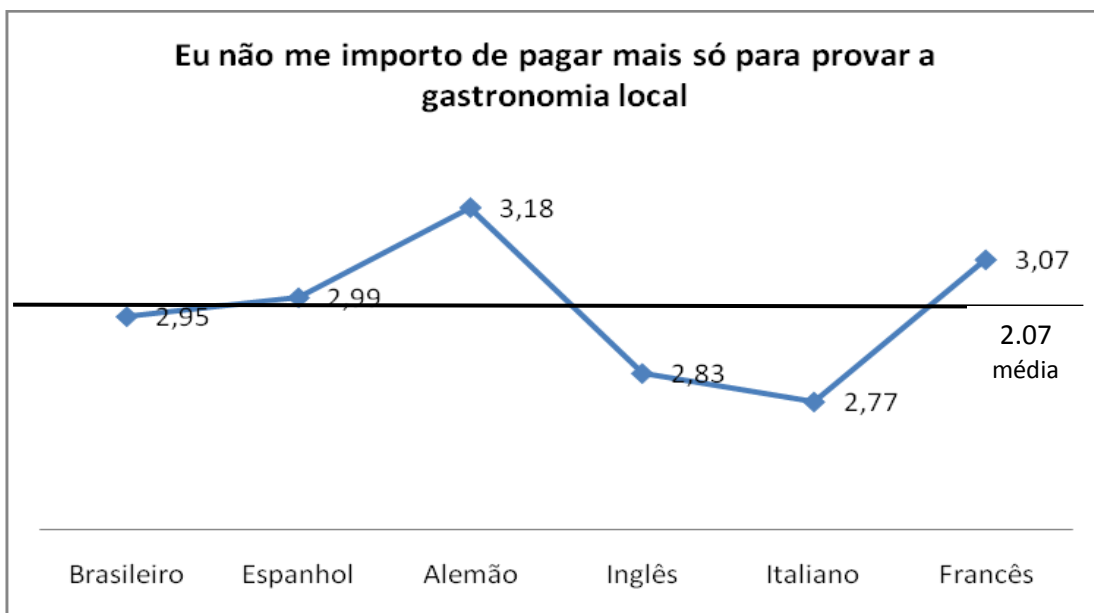
Apenas a crença sobre “Comer comida requintada com os amigos é um dos prazeres da vida” não variou de forma diferenciada de acordo com o idioma/nacionalidade. Todas as outras apresentaram variações.

Os gráficos seguintes mostram o nível de concordância numa escala de 1 a 5 dos inquiridos relativamente às atitudes expressas sobre a gastronomia. Quanto mais próximo de 5 maior é o grau de concordância.

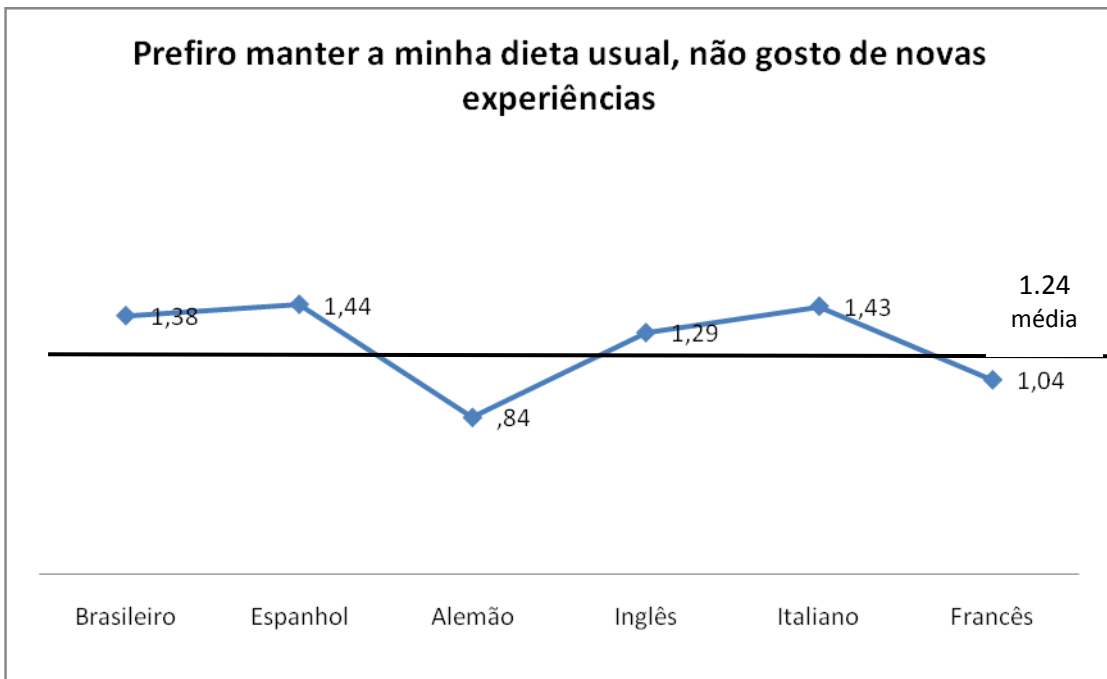
O grau de concordância de um turista Espanhol e Francês é mais elevada (3.29 e 3.28, respectivamente) que a média dos inquiridos (3.13) relativamente á importância da qualidade nos alimentos.



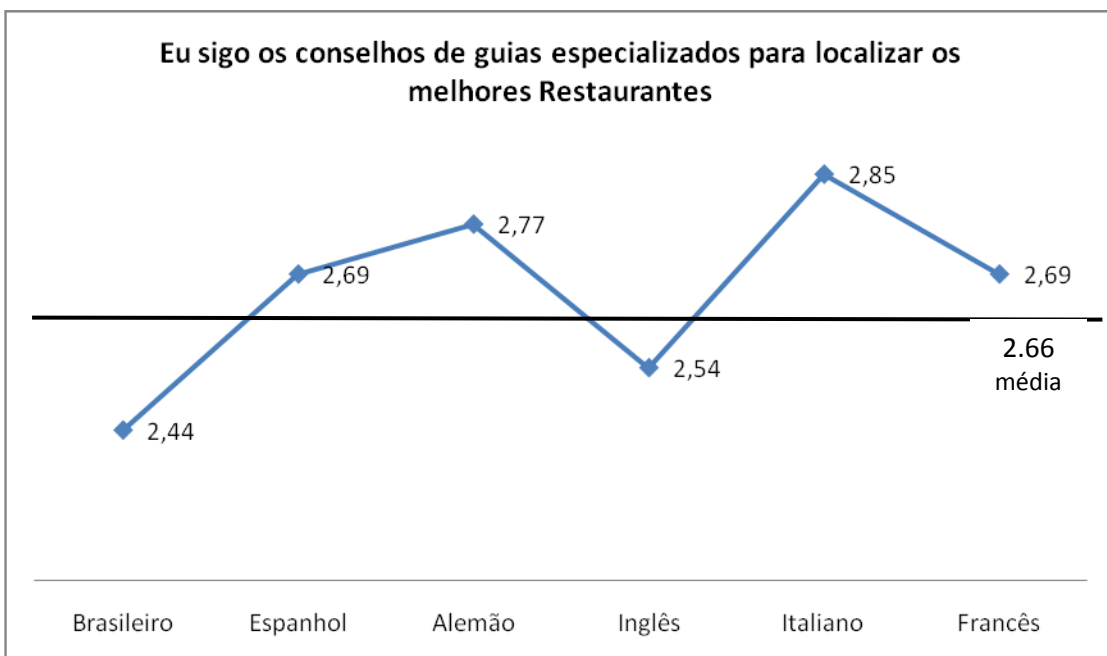
Os Alemães e os Franceses destacam-se na disponibilidade de explorar a gastronomia local.

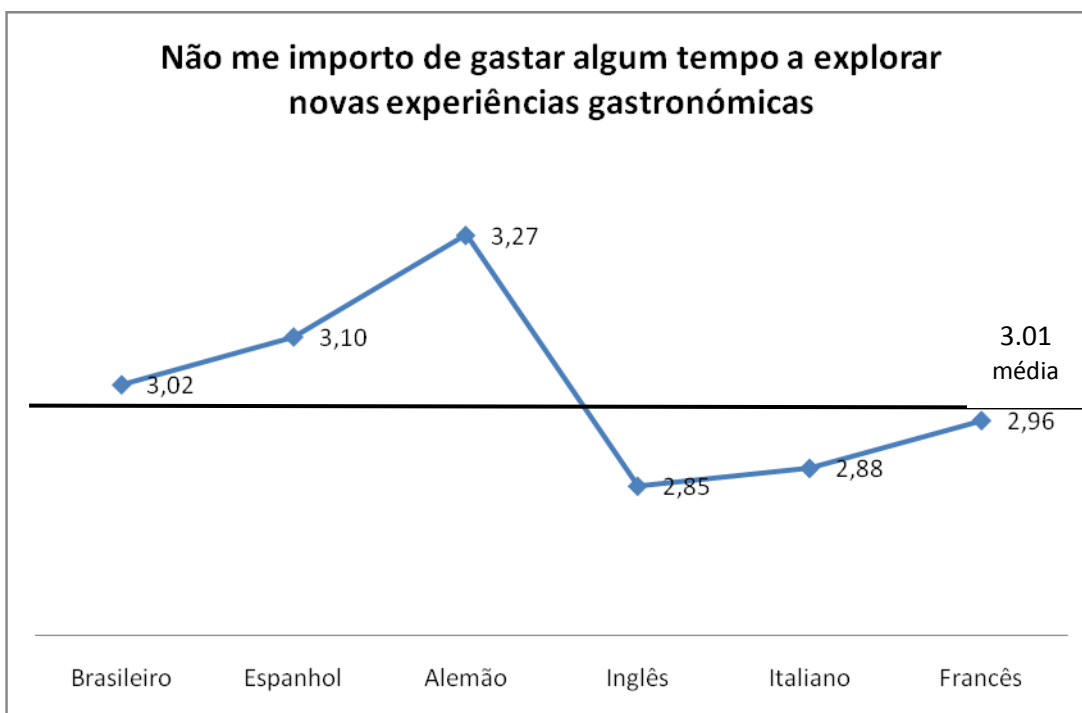
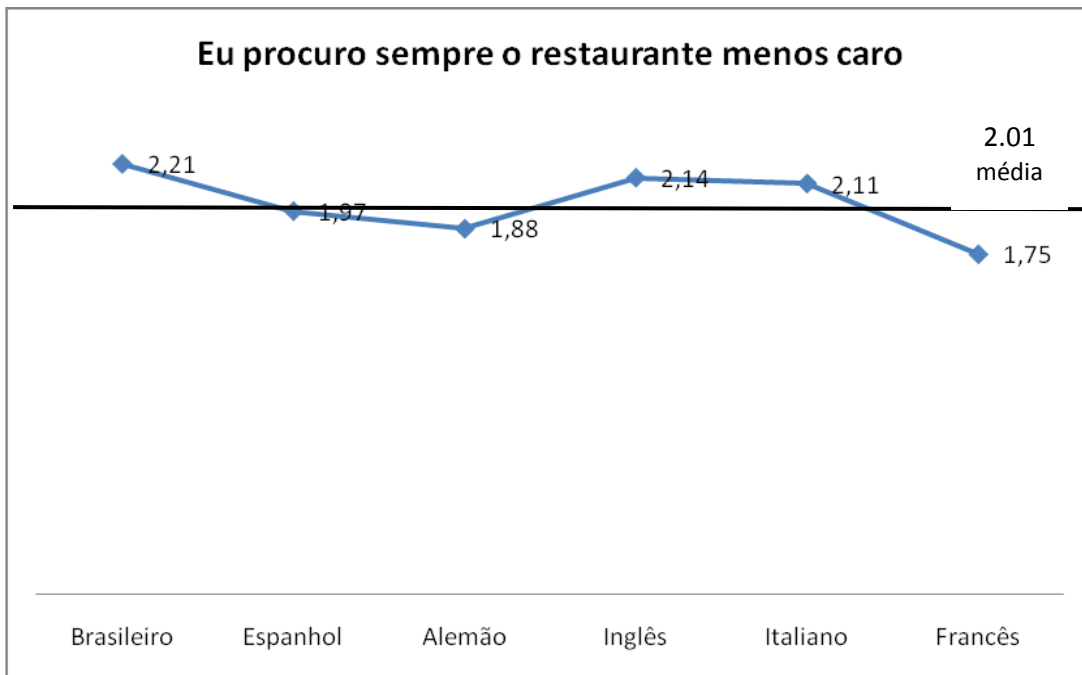


O turista Alemão em primeiro lugar seguido do Francês tendem a rejeitar mais a afirmação “Prefiro manter a minha dieta usual, não gosto de novas experiências” que os outros quatro grupos de idiomas.



Há semelhança da afirmação anterior os turistas tendem a discordar mais que a concordar (a média de cada nacionalidade é inferior ao nível neutro 3) sobre “Eu sigo os conselhos de guias especializados para localizar os melhores Restaurantes”.



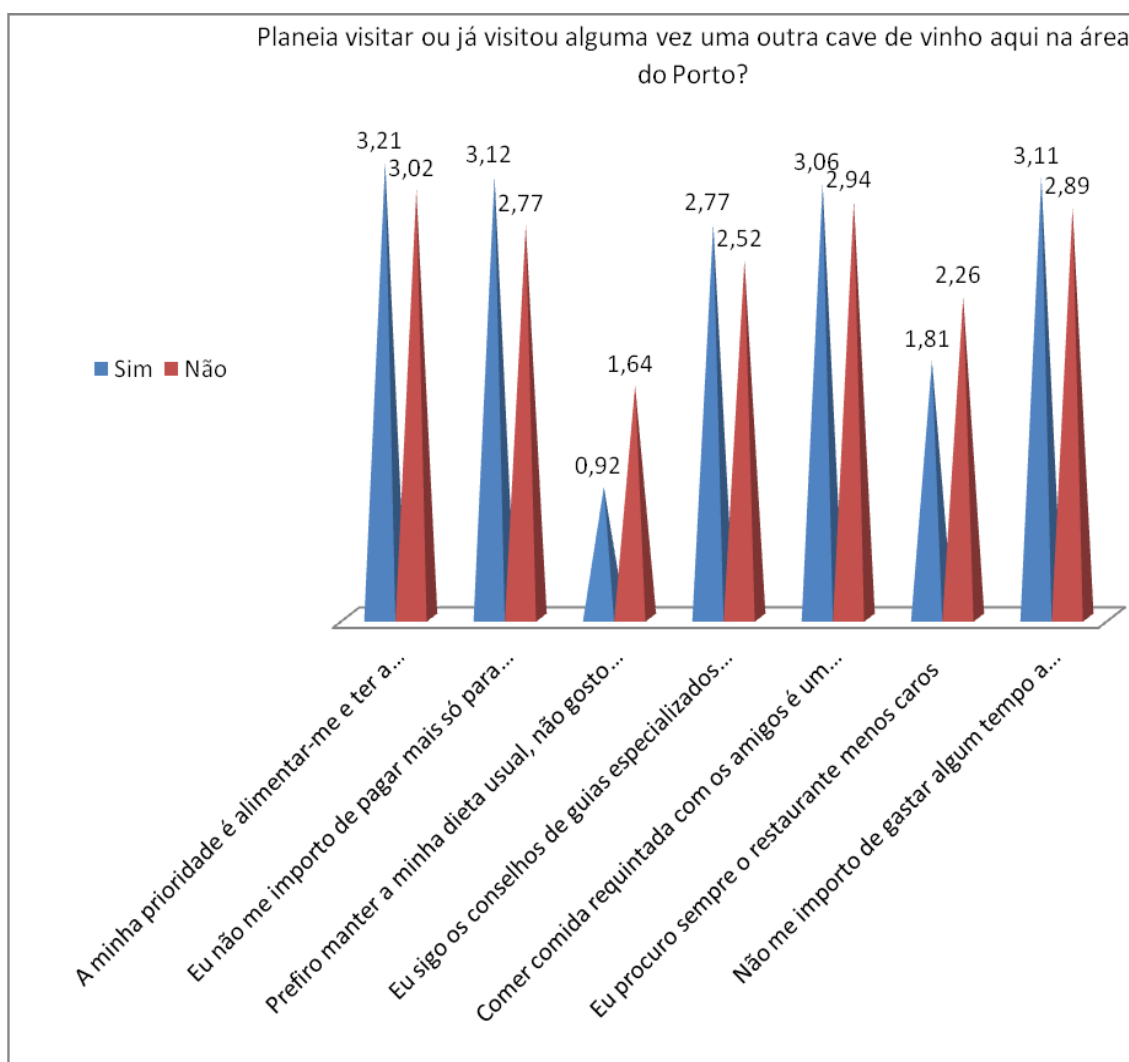


“Prefiro manter a minha dieta usual, não gosto de novas experiências” teve mais adeptos no sexo feminino. Relativamente às afirmações: “Eu não me importo de pagar mais só para provar a gastronomia local”, “Eu sigo os conselhos de guias especializados para localizar os melhores Restaurantes” e “Comer comida requintada com os amigos é um dos prazeres da vida” os turistas do sexo masculino assumem posições mais concordantes.

Quem concorda mais com as seguintes afirmações: “A minha prioridade é alimentar-me e ter a qualidade certa nos alimentos” e “Eu não me importo de pagar mais só para provar a gastronomia local” são os que consomem regularmente vinho em contraste com os que nunca o fazem.

As pessoas que consomem regularmente Vinho do Porto revelam-se mais progressistas e abertas no que diz respeito á gastronomia do que aquelas que nunca o fazem. Por exemplo, esses turistas que visitam as caves são os que concordam menos com a afirmação: “Prefiro manter a minha dieta usual, não gosto de novas experiências”. Idêntico padrão ocorre com os donos de garrafeiras privadas. Relativamente ás outras afirmações tendem a concordar mais no sentido de revelarem maior disponibilidade para a novidade.

O gráfico seguinte que mostra o cruzamento das atitudes em relação á gastronomia com o interesse na visita ás Caves de Vinho do Porto é ilustrativo da coincidência entre esse interesse e o facto de ser um bom “garfo”! Aqui está a prova (todas as diferenças entre as variáveis nas dois cenários de opção são estatisticamente significativas, para um nível de significancia <0.05).



4.5- Perfil do turista

Temas abordados:

Qual foi o principal objectivo ou razão que o fez visitar o Porto?

Qual é a situação que melhor descreve as condições nas quais se encontra a viajar?

Qual vai ser a duração da sua estadia em Portugal?

Qual vai ser a duração da sua estadia no Porto?

Quantas vezes por ano viaja para estrangeiro em turismo?

Onde esta instalado (nome do hotel)?

Planeia visitar ou já visitou o Vale do Douro? - Se sim, viajou de:?

Qual foi o principal objectivo ou razão que o fez visitar o Porto?

	Freq.	%
A visitar Portugal	287	47,8%
Negócios	23	3,8%
Familiares/Amigos	82	13,7%
Férias	208	34,7%
Total	600	100,0%

Qual é a situação que melhor descreve as condições nas quais se encontra a viajar?

	Freq.	%
Pacote de uma agência turística	77	12,8%
Pacote feito á medida	80	13,4%
Viajante independente	443	73,8%
Total	600	100,00%

	Pacote de uma agência turística	Pacote feito á medida	Viajante independente	Total
Brasileiro	11%	13%	76%	100%
Espanhol	8%	11%	81%	100%
Alemão	9%	20%	71%	100%
Inglês	10%	9%	81%	100%
Italiano	13%	12%	75%	100%
Francês	26%	15%	59%	100%

Há uma clara tendência para os turistas enquadrados em pacotes visitarem mais as caves que os que viajam de forma independente (ver quadro seguinte). Os viajantes independentes representam cerca de 74% da amostra mas só 66% é que visitam as caves.

Planeia visitar ou já visitou alguma vez uma outra cave de vinho aqui na área do Porto?	Pacote de uma agência turística	Pacote feito á medida	Viajante independente	Total
Sim	17,5%	16,6%	65,9%	100,0%
Não	6,8%	9,1%	84,0%	100,0%

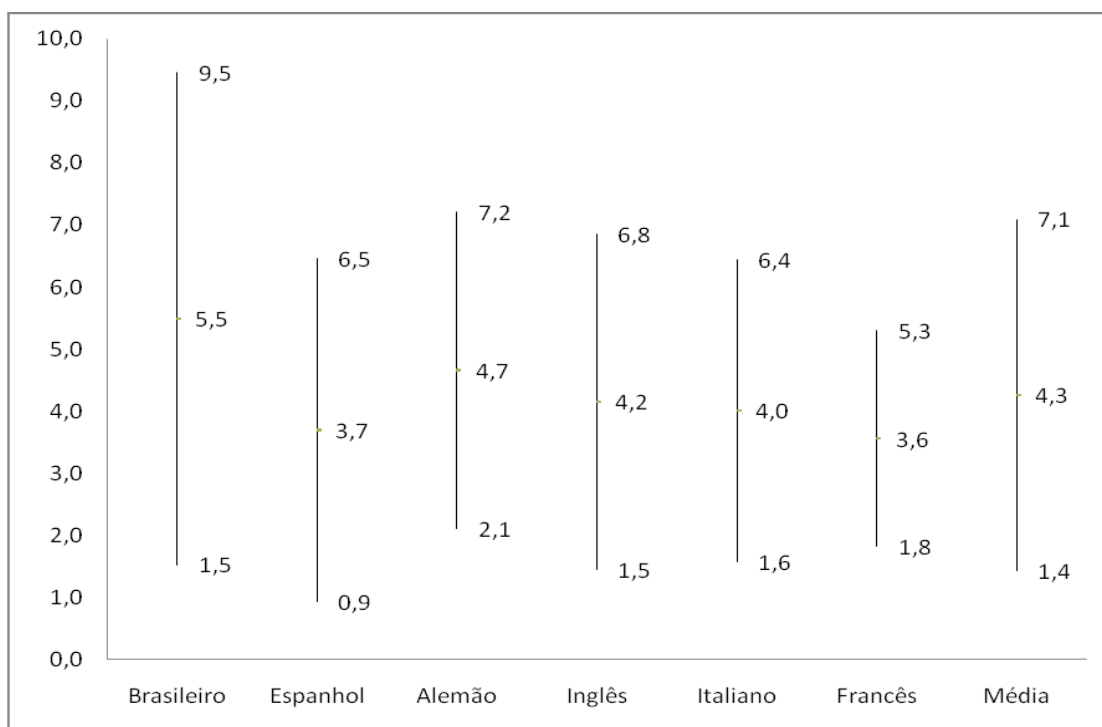
Qual vai ser a duração da sua estadia em Portugal?

Qual vai ser a duração da sua estadia no Porto?

	Freq.	%
1 dia	7	1,2%
2 dias	15	2,5%
3 dias	21	3,5%
4 dias	37	6,2%
5 dias	26	4,4%
6 dias	10	1,7%
7 dias	147	24,5%
2 semanas	205	34,2%
3 semanas	97	16,2%
1 mês	30	5,0%
2 meses	3	0,5%
mais de 2 meses	2	0,3%
Total	600	100,0%

	Freq.	%
1 dia	58	9,7%
2 dias	117	19,5%
3 dias	119	19,8%
4 dias	83	13,8%
5 dias	74	12,3%
6 dias	15	2,5%
7 dias	96	16,0%
2 semanas	34	5,7%
3 semanas	4	0,7%
Total	600	100,0%

Quem visita as Caves tem uma estadia média no Porto de 4,9 dias contra 3,5 dos que não visitam. O gráfico seguinte mostra para as diferentes nacionalidade/idiomas a duração de estadia máxima, média e mínima no Porto:



Onde esta instalado (nome do hotel)?

	Freq.	%		Freq.	%
Ac Porto	2	0,3%	Novotel Gaia	9	1,5%
Albergaria Miradouro	1	0,2%	Porto rix	1	0,2%
Albergaria S. José	1	0,2%	Pao Aeurar	1	0,2%
Altis Park	2	0,3%	Pedras Bragas	5	0,8%
Apartamento	4	0,7%	Pensão	1	0,2%
Axis Porto	10	1,7%	Pensão Avenida	1	0,2%
Barco	1	0,2%	Pensão Cristal	1	0,2%
bed and breakfast hotel	1	0,2%	Pensão dos Aliados	2	0,3%
Bessa hotel	8	1,3%	Pensão Duas Naves	1	0,2%
Best Western	8	1,3%	Pensão Santa Luzia	3	0,5%
Beta	2	0,3%	Pestana Porto Hotel	7	1,2%
Camper Van	1	0,2%	Poets hostel	4	0,7%
Camping Car	3	0,5%	Porto Hotel	1	0,2%
Car	2	0,3%	Porto Palácio Hotel	4	0,7%
Casa de amigos/familiares	58	9,7%	Porto Spot hotel	1	0,2%
Casa victoria	1	0,2%	Porto Trindade	3	0,5%
Clip Hotel	3	0,5%	Pousada da Juventude	2	0,3%
Couchsurfing	1	0,2%	Quality Inn	44	7,3%
D. Henrique	8	1,3%	Regatta	2	0,3%
Eurostrars	2	0,3%	Residência Fonseca Cardoso	2	0,3%
Fénix Porto	5	0,8%	Residencial	3	0,5%
Grande Hotel	4	0,7%	Residencial Aliados	1	0,2%
Grande Hotel de Paris	12	2,0%	Residencial Álvares Cabral	1	0,2%
Grande Hotel do Porto	13	2,2%	Residencial Aviz	1	0,2%
Gurostars	2	0,3%	Residencial Belo Sonho	4	0,7%
HF Tuela	1	0,2%	Residencial Brasília	6	1,0%
Hospedaria Bela Vista	1	0,2%	Residencial Carminho	1	0,2%
Hostel	4	0,7%	Residencial D. Filipe I	4	0,7%
Hostel Magnolia	3	0,5%	Residencial Girassol	2	0,3%
Hotel América	3	0,5%	Residencial Grande Rio	1	0,2%
Hotel Antas	1	0,2%	Residencial Paranhos	1	0,2%
Hotel Boa Vista	1	0,2%	Residencial Porto Madrid	1	0,2%
Hotel Cristal	3	0,5%	Residencial Porto Novo	3	0,5%
Hotel D. Afonso (Monte Real)	5	0,8%	Residencial Rex	1	0,2%
Hotel da Batalha	2	0,3%	Residencial Santa Cruz	3	0,5%
Hotel da Balsa	1	0,2%	Residencial Solar Avenida	3	0,5%
Hotel Douro	8	1,3%	Residencial Triunfo	1	0,2%
Hotel Grande Rio	1	0,2%	Residencial Vera Cruz	6	1,0%
Hotel Ibis	52	8,7%	Residencial Visconde	2	0,3%
Hotel Infante Sagres	5	0,8%	RV (Camper)	7	1,2%
Hotel Internacional	10	1,7%	Sanata Catarina	3	0,5%
Hotel Menfis	1	0,2%	Sheraton Hotel	14	2,3%
Hotel Mercure	20	3,3%	Sky Hostel	2	0,3%
Hotel Nave	2	0,3%	Solar Residencial	1	0,2%
Hotel Peninsular	10	1,7%	Spot hostel	3	0,5%
Hotel Premium	2	0,3%	Stª Luzia	1	0,2%
Hotel São José	8	1,3%	Star Inn	2	0,3%
Hotel Teatro	11	1,8%	Tiara Park Hotel	2	0,3%
Hotel Tryp	15	2,5%	Tivoli	7	1,2%
Hotel Tuela	2	0,3%	Triunfo	2	0,3%
Hotel Vila Galé	2	0,3%	Trofa	1	0,2%
Hovel	1	0,2%	Tuela Porto	7	1,2%
Ipanema	1	0,2%	Villa Galé	3	0,5%
Ipanema Park	8	1,3%	Yellow House	2	0,3%
Ipanema Porto	1	0,2%	Não sabe/Não responde	60	10,0%
Maia Residência	1	0,2%			
Melia Hotel Gaia	2	0,3%			
			Total	600	100,0%

Quantas vezes viaja para estrangeiro em turismo por ano?

	Freq.	%
Não viajo	12	2,0%
1	338	56,3%
2	165	27,5%
3	45	7,5%
4	22	3,7%
5	8	1,3%
6	3	0,5%
10	3	0,5%
12	1	0,2%
15	2	0,3%
40	1	0,2%
Total	600	100,0%

Planeia visitar ou já visitou o Vale do Douro?

	Freq.	%
Sim	328	54,7%
Não	272	45,3%
Total	600	100,0%

Se sim, viajou de:?

	Freq.	%
Carro	86	26,2%
Autocarro	69	21,0%
Barcos de Cruzeiro	173	52,8%
Total	328	100,0%

Com que frequência bebe vinho do Porto e a sua relação planeia visitar ou já ter visitado o Vale do Douro:

		Planeia visitar ou já visitou o Vale do Douro					
		Sim		Não		total	
Com que frequência bebe vinho do Porto	Nunca	86	25,3 %	158	58,1%	244	40,7%
	Diariamente	10	3,0%	9	3,3%	19	3,2%
	Às vezes	232	70,7%	105	38,6%	337	56,1%
		328	100,0%	272	100,0%	600	100,0%

Relação Douro – Caves de Vinho do Porto

Nos grupos dos que tencionam visitar o Douro, 73,8% também vão ou já foram às Caves de V.N.Gaia.

No oposto temos os grupos que não planeiam visitar o Douro, 65,1% também rejeitam a hipótese de visita as Caves de Vinho do Porto.

4.6- Relação entre a cidade – turista – caves

Temas abordados:

Quando ouve a palavra Porto, que outras palavras lhe vêm imediatamente à mente?
Quais as características ou atributos que considera únicos/exclusivos do Porto?
Se pudesse aconselhar às autoridades (Presidente da Câmara Municipal) o que lhes recomendaria em primeiro lugar para melhorar a cidade?
Por favor indique uma outra cidade/região (apenas uma) que já tenha visitado e que considere muito semelhante ao Porto.
Compare os seguintes atributos do Porto com a cidade/região anteriormente mencionada
Por favor avalie as suas impressões/sentimentos sobre o serviço de táxi nesta cidade?
Viajou de táxi durante a sua estadia?
Deseja receber informação relevante acerca do vinho em Portugal e do Vinho do Porto – incluindo eventos turísticos e culturais - gratuitamente? Pode fornecer o seu email pf?

Quando ouve a palavra Porto, que outras palavras lhe vêm imediatamente à mente?

Proporção de ocorrência de cada atributo indicado em primeiro lugar de forma espontânea:

Categoria de atributos referidos	%
vinho/caves	70,7 %
rio douro/pontes/barcos	35,2 %
cultura/monumentos/historia - herança	23,5 %
sol/mar/praias	22,2 %
gastronomia/bebidas	20,3 %
cidade de Portugal	18,0 %
diversão/música/compras	12,3 %
futebol	10,0 %
turismo/ferias	7,3 %
paisagem/arquitectura	5,7 %
povo simpático/hospitaleiro	2,2 %
nostalgia	0,8 %

Ou seja, 70,7% dos entrevistados indicaram o termo “vinho e caves” como algo que imediatamente associavam à palavra Porto e 29,3% não fizeram.

No quadro seguinte temos os valores acumulados dos atributos associados ao Porto. Cada inquirido podia indicar até quatro atributos distintos no total.

Categoria de atributos referidos	Freq,	%	Exemplos:
vinho/caves	424	31,0 %	Vinho, vinho do Porto, caves
cultura/monumentos/historia - herança	141	10,3 %	Sé, ruas antigas, vielas, monumentos, azulejos, cultura, ribeira
rio douro/pontes/barcos	211	15,4 %	Rio douro, pontes, barcos rabelos
diversão/música/compras	74	5,4 %	Shopping, vida nocturna
gastronomia/bebidas	122	8,9 %	Francesinha, bacalhau, tripas, cerveja
futebol	60	4,4 %	F.C. Porto, Mourinho
sol/mar/praias	133	9,7 %	Sol, calor, luz, praia
turismo/ferias	44	3,2 %	Circuitos turísticos
paisagem/arquitectura	34	2,5 %	Casas velhas
cidade de Portugal	108	7,9 %	Cidade de Portugal
nostalgia	5	0,4 %	nostalgia
povo simpático/hospitaleiro	13	0,9 %	Povo simpático, povo hospitaleiro
Total de atributos referidos	1369	100,0%	

Relação entre as categorias de palavras associadas ao Porto e idade:

	idade					
	< 25	26-35	36-45	46-55	> 56	
vinho/caves	10,1%	17,0%	21,0%	21,2%	30,7%	100,0%
rio douro/pontes/barcos	8,1%	15,2%	18,5%	24,6%	33,6%	100,0%
futebol	15,0%	23,3%	33,3%	15,1%	13,3%	100,0%
cidade de Portugal	13,0%	21,3%	19,4%	29,6%	16,7%	100,0%

Outros:

No caso das seguintes categorias só algumas faixas etárias se destacaram:

cultura/monumentos/historia – herança: 22,0% (36-45 anos), 33,3% (>56 anos)

diversão/música/compras: 27,0% (26-35 anos), 21,6% (36-45 anos)

gastronomia/bebidas: 27,0% (36-45 anos), 26,2 % (>56 anos)

sol/mar/praias: 19,5% (36-45 anos), 32,3% (>56 anos)

turismo/ferias: 27,3% (26-35 anos), 25,0% (46-55 anos)

paisagem/arquitectura: 26,5% (36-45 anos), 26,5% (46-55 anos)

nostalgia: 40,0% (>56 anos)

povo simpático/hospitaleiro: 46,2% (>56 anos)

	sexo		total
	masculino	feminino	
vinho/caves	59,2%	40,8%	100,0%
cultura/monumentos/historia - herança	44,0%	56,0%	100,0%
rio douro/pontes/barcos	59,2%	40,8%	100,0%
diversão/música/compras	52,7%	47,3%	100,0%
gastronomia/bebidas	60,7%	39,3%	100,0%
futebol	73,3%	26,7%	100,0%
sol/mar/praias	54,9%	45,1%	100,0%
turismo/ferias	54,5%	45,5%	100,0%
paisagem/arquitectura	44,1%	55,9%	100,0%
cidade de Portugal	49,1%	50,9%	100,0%
nostalgia	100,0%	0,0%	100,0%
povo simpático/hospitaleiro	46,2%	53,8%	100,0%

	Nacionalidade/idioma						total
	brasileiro	espanhol	alemão	Inglês	italiano	francês	
vinho/caves	14,4%	16,3%	18,6%	17,7%	14,4%	18,6%	100,0%
cultura/monumentos/historia - herança	21,3%	14,9%	8,5%	17,0%	16,3%	22,0%	100,0%
diversão/música/compras	31,1%	23,0%	13,5%	16,2%	8,1%	8,1%	100,0%
gastronomia/bebidas	19,7%	13,1%	20,5%	18,9%	18,8%	9,0%	100,0%
futebol	20,0%	16,7%	3,3%	31,7%	16,6%	11,7%	100,0%
sol/mar/praias	9,0%	10,5%	23,3%	17,4%	21,8%	18,0%	100,0%
turismo/ferias	31,7%	11,4%	15,9%	18,2%	11,4%	11,4%	100,0%
paisagem/arquitectura	11,8%	14,7%	38,2%	14,7%	2,9%	17,7%	100,0%

Outros:

rio douro/pontes/barcos: 21,3% (alemão), 17,5% (italiano)

cidade de Portugal: 19,4% (italiano), 24,1 (francês)

nostalgia: 40,0% (alemão), 40,0% (francês)

povo simpático/hospitaleiro: 30,8% (espanhol), 30,8% (inglês)

	Visita caves?		total
	sim	não	
vinho/caves	61,6%	38,4%	100,0%
cultura/monumentos/historia - herança	58,9%	41,1%	100,0%
rio douro/pontes/barcos	62,6%	37,4%	100,0%
diversão/música/compras	62,2%	37,8%	100,0%
gastronomia/bebidas	64,8%	35,2%	100,0%
futebol	55,0%	45,0%	100,0%
sol/mar/praias	64,7%	35,3%	100,0%
turismo/ferias	70,5%	29,5%	100,0%
paisagem/arquitectura	44,1%	55,9%	100,0%
cidade de Portugal	34,3%	65,7%	100,0%
nostalgia	80,0%	20,0%	100,0%
povo simpático/hospitaleiro	46,2%	53,8%	100,0%

Quais as características ou atributos que considera únicos/exclusivos do Porto?

Proporção dos atributos indicados em primeiro lugar de forma espontânea:

Categoria de atributos ÚNICOS referidos	%
arquitectura/monumentos/museus	32,8 %
vinho/caves	31,8 %
gastronomia /bebidas (cerveja)	24,8 %
povo simpático/hospitaleiro	23,0 %
cenários atractivos/paisagem/clima	15,2 %
cidade (ambiente urbano- ruas)	14,3 %
cultura/tradição/historia - herança	13,7 %
rio douro/barcos	11,3 %
diversão/música/compras	5,7 %
pontes	4,2 %
ribeira	4,0 %
francesinha	3,3 %
turismo (circuitos, organização, etc)	2,5 %
nostalgia/sossego	2,5 %
futebol	1,0 %

No quadro seguinte temos os valores acumulados dos atributos do Porto considerados únicos e exclusivos. Cada inquirido podia indicar até quatro atributos distintos no total.

Atributos ÚNICOS do Porto	Freq.	%	Exemplos:
vinho/caves	191	16,6 %	Vinho, vinho do Porto
rio douro/barcos	68	6,0 %	Rio douro, pontes, barcos rabelos
francesinha	20	1,8 %	francesinha
diversão/música/compras	34	3,0 %	Shopping, vida nocturna, casa da música
arquitectura/monumentos/museus	197	17,3 %	Sé, monumentos, azulejos, arquitectura própria, Serralves
cultura/tradição/historia - herança	82	7,2 %	historia e cultura próprias
pontes	25	2,2 %	pontes
povo simpático/hospitaleiro	138	12,1 %	Povo simpático, povo hospitaleiro
gastronomia /bebidas (cerveja)	149	13,1 %	Francesinha, bacalhau, tripas, cerveja, super-bock, boa comida
futebol	6	0,5 %	F.C. Porto, Mourinho
cidade (ambiente urbano- ruas)	86	7,5 %	ruas antigas, vielas, ruas antigas, vielas
turismo (circuitos, organização, etc)	15	1,3 %	Passeios barco, passeios autocarro, circuitos
cenários atractivos/paisagem/clima	91	8,0 %	Sol, calor, luz, praia, paisagem agradável
nostalgia/sossego	15	1,3 %	Nostalgia, sossego
ribeira	24	2,1 %	ribeira
Total de atributos indicados	1141	100,0%	

Características ou atributos considerados únicos/exclusivos do Porto cruzados com outras variáveis demográficas:

	Idade					total
	< 25	26-35	36-45	46-55	>56	
diversão/música/compras	17,6%	26,5%	29,4%	11,8%	14,7%	100,0%
arquitectura/monumentos/museus	12,2%	14,2%	22,8%	16,3%	34,5%	100,0%
cultura/tradição/historia - herança	3,7%	20,7%	18,3%	20,7%	36,6%	100,0%
pontes	32,0%	32,0%	16,0%	8,0%	12,0%	100,0%
povo simpático/hospitaleiro	5,8%	17,4%	18,1%	21,0%	37,7%	100,0%
cidade (ambiente urbano- ruas)	7,0%	10,5%	17,4%	24,4%	40,7%	100,0%
cenários atractivos/paisagem/clima	4,4%	15,4%	20,9%	22,0%	37,3%	100,0%

Outros:

vinho/caves: 27,2% (36-45), 25,1% (>56)

rio douro/barcos: 23,5% (26-35), 22,1% (36-45)

francesinha: 25,0% (26-35), 25,0% (36-45)

gastronomia /bebidas (cerveja): 25,5% (36-45), 28,9% (>56)

futebol: 66,7% (36-45)

turismo (circuitos, organização, etc): 20,0% (46-55), 26,7% (>56)

nostalgia/sossego: 20,0% (26-35), 53,3% (>56)

ribeira: 33,3% (36-45), 20,8% (>56)

	sexo		total
	masculino	feminino	
vinho/caves	55,5%	45,5%	100,0%
rio douro/barcos	47,1%	52,9%	100,0%
francesinha	65,0%	35,0%	100,0%
diversão/música/compras	58,8%	41,2%	100,0%
arquitectura/monumentos/museus	53,8%	46,2%	100,0%
cultura/tradição/historia - herança	59,8%	40,2%	100,0%
pontes	56,0%	44,0%	100,0%
povo simpático/hospitaleiro	63,0%	37,0%	100,0%
gastronomia /bebidas (cerveja)	58,4%	41,6%	100,0%
futebol	100,0%	0,0%	100,0%
cidade (ambiente urbano- ruas)	64,0%	36,0%	100,0%
turismo (circuitos, organização, etc)	46,7%	53,3%	100,0%
cenários atractivos/paisagem/clima	62,6%	37,4%	100,0%
nostalgia/sossego	33,3%	66,7%	100,0%
ribeira	58,3%	41,7%	100,0%

	Nacionalidade/Idioma						Total
	brasileiro	espanhol	alemão	Inglês	italiano	francês	
rio douro/barcos	13,2%	16,2%	19,1%	27,9%	7,4%	16,2%	100,0%
francesinha	80,0%	10,0%	5,0%	5,0%	0,0%	0,0%	100,0%
arquitectura/monumentos/ museus	17,3%	17,8%	11,2%	12,1%	17,2%	24,4%	100,0%
povo simpático/hospitaleiro	16,7%	18,8%	9,4%	19,6%	21,7%	13,8%	100,0%
gastronomia /bebidas (cerveja)	17,4%	16,8%	13,5%	21,5%	20,1%	10,7%	100,0%
futebol	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
cidade (ambiente urbano- ruas)	16,3%	20,9%	2,4%	11,6%	17,4%	31,4%	100,0%

Outros:

vinho/caves: 20,4% (alemão), 18,8% (inglês)

diversão/música/compras: 20,6% (brasileiro), 26,5% (inglês)

cultura/tradição/historia – herança: 17,1% (italiano), 22,0% (francês)

pontes: 16,6% (alemão), 36,0% (inglês)

turismo (circuitos, organização, etc): 33,3% (espanhol), 26,7% (francês)

cenários atractivos/paisagem/clima: 20,9% (alemão), 18,7% (italiano)
 nostalgia/sossego: 26,7% (espanhol), 26,7% (alemão)
 ribeira: 20,8% (brasileiro), 29,2% (francês)

Atributos associados ao Porto em função da intenção de visita das caves de vinho do Porto:

	Visita as caves ?		
	sim	não	total
vinho/caves	68,6%	31,4%	100,0%
rio douro/barcos	58,8%	41,2%	100,0%
francesinha	75,0%	25,0%	100,0%
diversão/música/compras	50,0%	50,0%	100,0%
arquitectura/monumentos/museus	56,3%	43,7%	100,0%
cultura/tradição/historia - herança	67,1%	32,9%	100,0%
pontes	44,0%	56,0%	100,0%
povo simpático/hospitaleiro	62,3%	37,7%	100,0%
gastronomia /bebidas (cerveja)	61,7%	38,3%	100,0%
futebol	33,3%	66,7%	100,0%
cidade (ambiente urbano- ruas)	69,8%	30,2%	100,0%
turismo (circuitos, organização, etc)	66,7%	32,3%	100,0%
cenários atractivos/paisagem/clima	62,6%	37,4%	100,0%
nostalgia/sossego	53,3%	46,7%	100,0%
ribeira	66,7%	32,3%	100,0%

Verificou-se uma predominância da associação entre o Porto e o vinho/caves entre os que já visitaram ou tinham intenção de fazer – 68,6% dos turistas que visitam as caves contra 31,4% entre os que não pensam visitar.

Se pudesse aconselhar às autoridades (Presidente da Câmara Municipal) o que lhes recomendaria em primeiro lugar para melhorar a cidade?

Categoria de recomendações referidas	%
restauro/conservação edifícios, monumentos e centro histórico	20,2 %
oferta turística	18,2 %
nada/não sabe	13,5 %
transportes/acessibilidade/mobilidade	12,5 %
limpeza e higiene	11,5 %
não respondeu	9,2 %
segurança	7,7 %
eventos culturais/animação da cidade	5,2 %
promoção internacional do Porto	1,3 %
restauração	0,7 %

Categoria de recomendações referidos	Freq,	%	Exemplos:
segurança	46	7,7 %	Falta de segurança, falta de policiamento, muitos mendigos na rua
transportes/acessibilidade/mobilidade	75	12,5 %	Falta de transportes, ruas cheias de carros, falta de coordenação entre os diferentes tipos de transporte público, estacionamento
limpeza e higiene	69	11,5 %	sujidade, ruas sujas, falta de WC públicos
oferta turística	109	18,2 %	falta de oferta turística adequada, má sinalização, falta de postos de turismo
restauração	4	0,7 %	Menu turístico
restauro/conservação edifícios, monumentos e centro histórico	121	20,2 %	prédios sujos e negros, centro histórico degradado
promoção internacional do Porto	8	1,3 %	Pouca divulgação internacional da cidade
eventos culturais/animação da cidade	31	5,2 %	falta de animação na cidade, poucos eventos culturais
nada/não sabe	81	13,5 %	
não respondeu	56	9,2 %	
Total	600	100,0%	

Cruzamento das recomendações com a idade dos entrevistados:

	idade					total
	< 25	26-35	36-45	46-55	>56	
segurança	2,2%	32,6%	10,9%	19,6%	34,7%	100,0%
nada/não sabe	12,3%	9,9%	28,4%	28,4%	21,0%	100,0

Outros:

transportes/acessibilidade/mobilidade: 25,3% (26-35 anos), 22,7% (36-45 anos)

limpeza e higiene: 30,4% (36-45 anos), 24,6% (>56 anos)

oferta turística: 23,9% (46-55 anos), 33,9% (>56 anos)

gastronomia: 50,0% (36-45 anos)

restauro/conservação edifícios, monumentos e centro histórico: 21,5% (46-55 anos), 30,6% (>56 anos)

promoção internacional do Porto: 50,0% (36-45 anos)

eventos culturais/animação da cidade: 29,0 (36-45 anos), 35,5% (>56 anos)

não respondeu: 28,6% (26-35 anos), 21,4% (36-45 anos)

	sexo		total
	masculino	feminino	
segurança	52,2%	47,8%	100,0%
transportes/acessibilidade/mobilidade	60,0%	40,0%	100,0%
limpeza e higiene	49,3%	50,7%	100,0%
oferta turística	57,8%	42,2%	100,0%
gastronomia	50,0%	50,0%	100,0%
restauro/conservação edifícios, monumentos e centro histórico	54,5%	45,5%	100,0%
promoção internacional do Porto	37,5%	67,5%	100,0%
eventos culturais/animação da cidade	67,7%	32,3%	100,0%
nada/não sabe	56,8%	43,2%	100,0%
não respondeu	41,1%	58,9%	100,0%

	Idioma						total
	Brasileiro	espanhol	alemão	Inglês	italiano	francês	
limpeza e higiene	24,6%	27,5%	8,7%	27,5%	5,8%	5,9%	100,0%
eventos culturais/ animação da cidade	3,2%	22,6%	9,7%	3,2%	32,3%	29,0%	100,0%
nada/não sabe	12,3%	4,9%	42,1%	12,3%	9,9%	18,5%	100,0%

Outros:

Segurança: 17,4% (brasileiro e espanhol), 26,1% (italiano)

transportes/acessibilidade/mobilidade: 21,3% (espanhol), 24,0% (italiano)

oferta turística: 24,8% (brasileiro), 17,4% (italiano)

gastronomia: 25,0% (brasileiro); 25,0% (alemão)

restauro/conservação edifícios, monumentos e centro histórico: 17,4% (brasileiro e italiano), 20,7% (francês)

promoção internacional do Porto: 37,5% (espanhol); 37,5% (francês)

não respondeu: 19,6% (espanhol), 25,0% (inglês)

	Visita caves		
	sim	não	total
segurança	67,4%	32,6%	100,0%
transportes/acessibilidade/mobilidade	48,0%	52,0%	100,0%
limpeza e higiene	55,1%	44,9%	100,0%
oferta turística	65,1%	34,9%	100,0%
gastronomia	100,0%	0,0%	100,0%
restauro/conservação edifícios, monumentos e centro histórico	50,4%	49,6%	100,0%
promoção internacional do Porto	62,5%	37,5%	100,0%
eventos culturais/animação da cidade	83,9%	16,1%	100,0%
nada/não sabe	61,7%	38,3%	100,0%
não respondeu	26,8%	73,2%	100,0%

Comrou o “Porto Card”?

	Freq.	%
Sim	138	23,0%
Não	462	77,0%
Total	600	100,0%

Os Alemães foram os fans do porto card – 42%. Os Brasileiros ficaram no outro extremo – 13%.

No grupo dos que compraram o cartão 68% visitaram as caves.

Viajou de táxi durante a sua estadia?

	Freq.	%
Sim	252	42,0%
Não	348	58,0%
Total	600	100,0%

Porque é que a experiencia nos táxis da cidade são assim tão relevantes para este estudo?

Geralmente o primeiro cidadão nativo que um turista encontra é o taxista. Uma menos boa experiencia nesse serviço de certa forma contamina a apreciação global que o turista desenvolve sobre esse destino. Convém, pelo menos, no mínimo estar consciente dessa realidade.

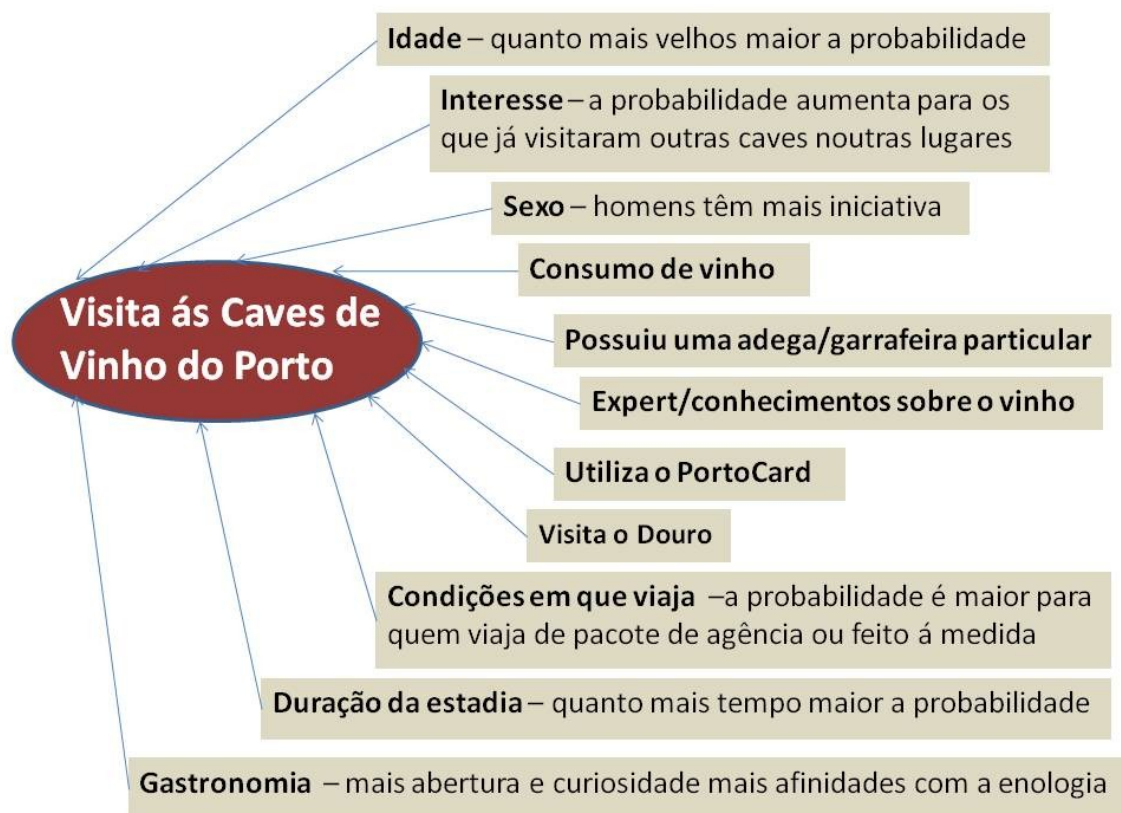
(do mais positivo)	+2	+1	neutral	-1	-2	(ao mais negativo)
Bem educados	23,4%	44,0%	26,2%	5,2%	1,2%	Rudes
Amistosos	22,6%	45,2%	25,8%	5,6%	0,8%	Antipáticos
Honestos	24,2%	32,5%	35,3%	7,5%	0,4%	Desonestos
Falam línguas estrangeiras	8,7%	15,5%	38,5%	29,4%	7,9%	não falam outros idiomas
É fácil encontrar táxi	34,1%	35,3%	25,8%	3,6%	1,2%	É difícil encontrar táxi

5. Síntese

Quem são os turistas que decidem visitar as caves de Vinho do Porto? Quais são as características que os distinguem dos que não foram?

1- Análise bivariada

De todas as variáveis estudadas considerou-se apenas aquelas que estão estatisticamente associadas de forma significativa com a intenção/decisão de visitas as caves de vinho do Porto. Nesse grupo identificamos 11. A figura em baixo descreve essas variáveis o seu sentido de influencia. Por exemplo, quanto maior o consumo de vinho maior a probabilidade de alguém visitar as Caves de Vinho do Porto mas em relação á variável consumo de vinho do porto – a associação com visita das caves não foi estatisticamente significativa.



2- Análise multivariada

Na análise efectuada no ponto anterior considerou-se cada variável isoladamente em relação com a variável visita às “Caves de Vinho do Porto”.

No modelo econométrico (regressão logística) estimado consideramos todas as variáveis em interacção no sentido de avaliar o seu impacto conjunto na variável independente binária (sim ou não) – visitou ou planeia visitar as Caves de Vinho do Porto. Seria previsível que algumas

variáveis expressassem maior poder explicativo que outras. Pode acontecer que algumas variáveis explicativas que eram significativas isoladamente o deixem de ser agora no novo contexto ao serem incluídas no mesmo modelo. Por exemplo, as variáveis “sexo” e “as competências/expertise em vinho” quando em separado explicavam significativamente a ida às caves mas se forem incluídas no modelo econométrico o seu efeito dilui-se. Da mesma forma é possível medir a influência relativa de cada factor explicativo do comportamento de visita às caves. A capacidade explicativa da escolaridade na decisão de visitar as caves é estatisticamente significativa mas é muito reduzida em comparação com a idade. Em termos de nacionalidades, a probabilidade de um inglês visitar as caves é superior ao do italiano, seguida do alemão e por último do brasileiro. A predisposição para experiências gastronómicas favorece fortemente a intenção de visita das caves. A eventualidade de ir ao Douro tem um poder explicativo muito relevante na visita às caves. Mas nada ultrapassa o efeito do interesse pessoal do turista pelas caves víquicas em geral expresso pela sua experiência de visita de caves noutros destinos de idêntica atracção enológica.

