

Estudo de caracterização do perfil do turista do Aeroporto de Beja

VICTOR FIGUEIRA * [victorfigueira@ipbeja.pt]

SANDRA SAÚDE ** [ssaude@ipbeja.pt]

LUÍS TABORDA *** [lmtaborda@ana.pt]

Palavras-chave | Perfil do turista, Aeroporto de Beja.

Objetivos | O Aeroporto de Beja resulta de um processo com mais de três décadas marcado por incertezas e contrariedades. Não obstante todas essas dificuldades, a sua infraestrutura está pronta, tendo sido o seu primeiro voo inaugural no dia 13 de abril de 2011, com ligação a Cabo Verde seguindo-se, no final de maio, a primeira de 22 ligações comerciais ao Reino Unido.

No âmbito da rota «Beja – Heathrow/Londres», operada pela companhia aérea British Midland e comercializada pelo operador turístico britânico Sunvil, o Instituto Politécnico de Beja estabeleceu uma parceria com a ANA Aeroportos de Portugal, tendo realizado o estudo do perfil dos passageiros.

Os objetivos principais deste estudo visaram, nomeadamente, aferir a satisfação relativa ao Aeroporto de Beja e ao destino Alentejo.

Metodologia | Utilizou-se para o efeito um inquérito por questionário aplicado diretamente aos inquiridos antes da entrada na sala de embarque do Aeroporto de Beja. Os inquiridos foram selecionados por conveniência sendo que se utilizaram como critérios: a) se a viajar sozinho, o inquérito foi-lhe aplicado; b) se a viajar a par (cônjuge, amigo, familiar ou outra situação), o inquérito foi aplicado apenas a 1 elemento do par que se voluntariou para o efeito; c) se a viajar em grupo, superior a dois elementos (família, amigos), o inquérito foi aplicado a 2 elementos que se voluntariaram para o efeito.

Os dados foram recolhidos entre 5 de junho e 16 de outubro de 2011, correspondente às datas do embarque de regresso dos passageiros.

Obtiveram-se 140 questionários aplicados por alunos do Mestrado em Empreendedorismo e Desenvolvimento Comunitário. Para análise dos dados recorreu-se ao package PASW 18.0, ao nível das técnicas de estatística descritiva.

Principais resultados e contributos | Os resultados obtidos podem classificar-se em duas valências principais: por um lado, a aferição da satisfação relativa ao voo e infraestrutura aeroportuária e, por outro lado, a satisfação resultante da visita ao destino Alentejo, permitindo conhecer algumas das características pessoais dos turistas, bem como obter um conjunto de informações necessárias para consolidar e melhorar o produto comercializado.

* **Doutorado em Turismo** pela Universidade de Évora, **Professor Adjunto** do Instituto Politécnico de Beja.

** **Doutorada em Sociologia** pela Universidade do Algarve, **Professora Adjunta** do Instituto Politécnico de Beja.

*** **MBA em Transporte Aéreo e Aviação Civil, Aviation Marketing Team Coordinator** na ANA - Aeroportos de Portugal, SA.

Deste modo, salientam-se alguns dos resultados obtidos: os turistas são na sua maioria do Reino Unido, possuem habilitações ao nível do ensino superior e viajam por lazer em família; o preço e a promoção efetuada pela internet constituíram os principais fatores que motivaram esta viagem; o principal atrativo foi o sol e praia seguido da história/cultura; a responsabilidade da organização da viagem foi deixada aos agentes de viagem com uma antecedência de cerca de 2 a 3 meses; a localidade mais visitada foi Évora e onde passaram mais tempo foi Tróia; o principal tipo de alojamento escolhido foi o hotel e meio de deslocação utilizado durante a estada foi o automóvel alugado; houve uma satisfação generalizada das atividades vivenciadas apesar de terem sido manifestadas algumas opiniões que revelam ainda a falta de estruturação da informação turística e de produtos consistentes para este segmento de turistas.

Limitações | Tratou-se de um estudo dirigido aos passageiros desta operação aérea específica realizada por este operador turístico e, nesse sentido, não tem a mesma abrangência de estudos similares realizados em outros aeroportos portugueses com rotas regulares e diárias.

A inexistência de dados anteriores que melhor fundamentem a informação obtida, não permite a realização de conclusões mas oferece um conjunto alargado de informação passível de ser utilizada como referência.

Conclusões | Os resultados deste inquérito correspondem, na sua grande maioria, à orientação dada pelo produto que foi comercializado pela Sunvil, quer se trate dos locais a visitar, dos alojamentos, bem como de outros tipos de serviços turísticos.

Para alargar o espectro da visita de futuros turistas, importa que os agentes locais/regionais se disponibilizem e participem ativamente no produto que pode ser comercializado pelos diferentes operadores que estão a apostar no Aeroporto de Beja para realizarem as suas operações.

Importa salientar que constituindo, na sua maioria, a primeira experiência no Alentejo, houve um elevado grau de satisfação na mesma, sendo por isso recomendada por 95,7% dos turistas, e onde 68,6% pretende voltar.