



MELGAÇO
OBSERVATÓRIO TURÍSTICO

TRADE TURÍSTICO

ÍNDICE

Índice	2
1. Introdução	3
2. Ficha técnica	3
3. Caracterização do trade.....	4
3.1. Sector de atividade e volume de Negócios.....	4
3.2. Reserva.....	12
3.3. Contratação.....	15
3.4. Sustentabilidade	18
3.4.1. Desempenho Ambiental do trade.....	19
4. Visão do turismo	28
4.1. Posicionamento	28
4.2. Ações e projetos a Promover.....	32
5. Conclusões	34

1. INTRODUÇÃO

O trade, entendendo-se como tal, para efeitos deste relatório, as empresas de animação turística, alojamento, restauração, agências de viagens e outras empresas relacionadas de forma mais direta com o turismo, é, por razões óbvias, o mais importante dos stakeholders da cadeia de valor do turismo a par do turista em si.

Depois mais de uma década a analisar o perfil do turista/visitante do concelho de Melgaço, achou-se por bem auscultar, por segundo ano consecutivo, os agentes que oferecem a experiência turística no concelho.

O presente relatório divulga, portanto, os resultados obtidos da aplicação do questionário *Observatório Turístico de Melgaço – Inquérito ao trade*

Os dados recolhidos permitem identificar as práticas do *trade*, bem como, conhecer a opinião dos empresários quanto à performance do destino Melgaço.

Só com informação real e sistematizada estaremos aptos para delinear estratégias e tomar decisões que contribuam para o desenvolvimento sustentável do turismo, capazes de orientar as práticas de forma consciente e real, rumo ao futuro.

2. FICHA TÉCNICA

Em 2024 foram enviados 93 convites, para participar no inquérito ao *trade* relativo ao ano de 2023. Ao nosso convite responderam 21 indivíduos. O período de aplicação do inquérito foi de 6 de março a 31 de maio de 2024.

3. CARACTERIZAÇÃO DOS QUESTIONÁRIOS RESPONDIDOS E VALIDADOS

3.1. SECTOR DE ATIVIDADE E VOLUME DE NEGÓCIOS

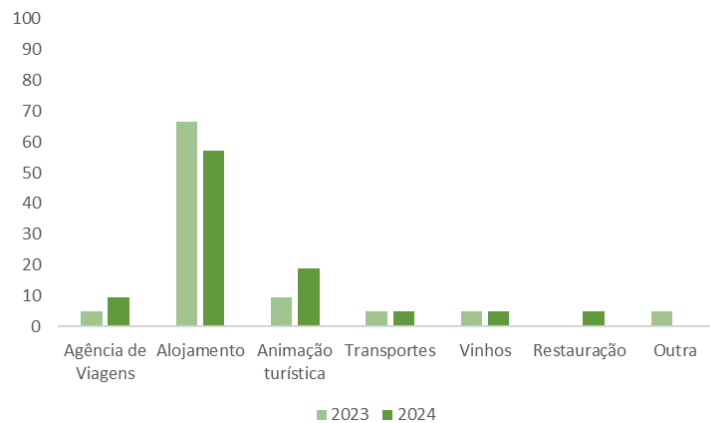


Gráfico 1 Distribuição do setor de atividade dos inquiridos por ano (%)

Fonte: Observatório Turístico de Melgaço

Tal como em 2023 a maioria das respostas são do setor do alojamento (57,1%).

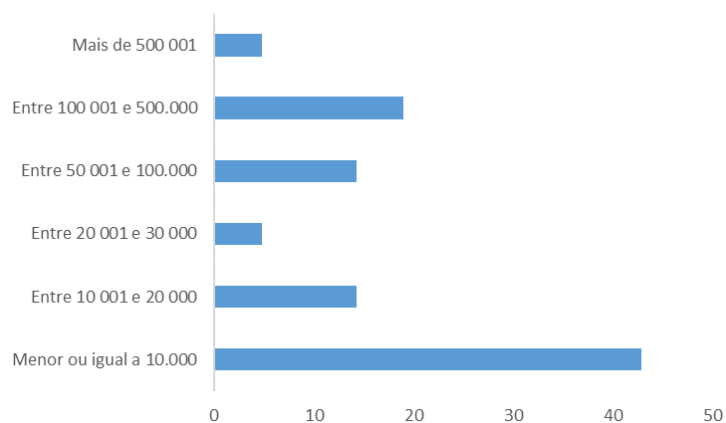


Gráfico 2 Escalão de Volume de Negócios

Fonte: Observatório Turístico de Melgaço

À semelhança do ano transato o volume de negócios da maioria dos inquiridos (62%), não ultrapassa os 50 000 euros anuais. **23,8%** situa-se no patamar entre 100 001 e 500.000 ou mais.

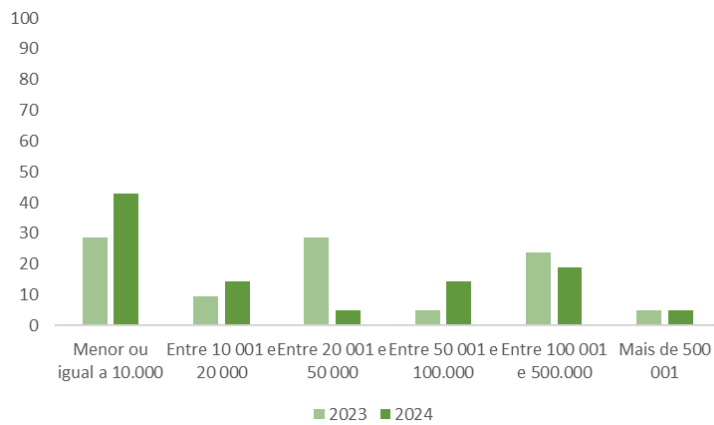


Gráfico 3 Escalão de Volume de Negócios(comparação entre 2023 e 2024)

Fonte: Observatório Turístico de Melgaço

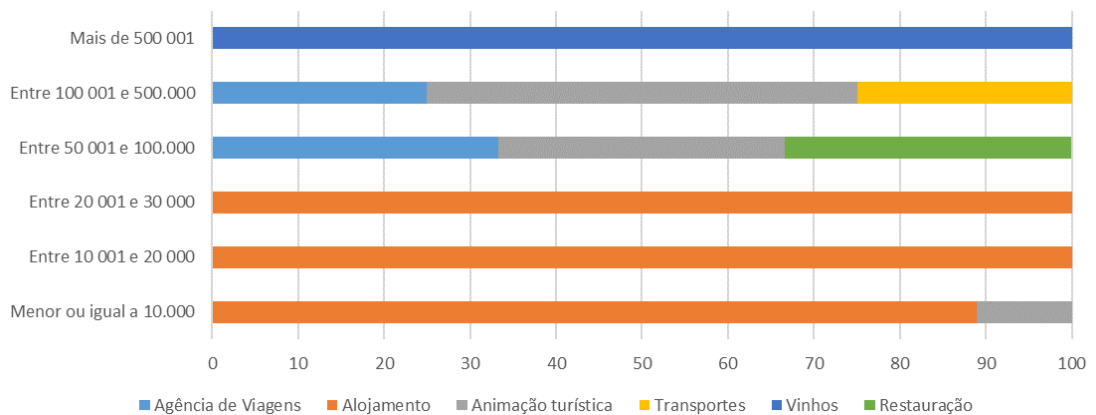


Gráfico 4 Volume de Negócios por setor de atividade

Fonte: Observatório Turístico de Melgaço

Na maioria dos indicadores de atividade, os inquiridos afirmaram que, ou mantiveram-se igual ou aumentaram relativamente a 2022.

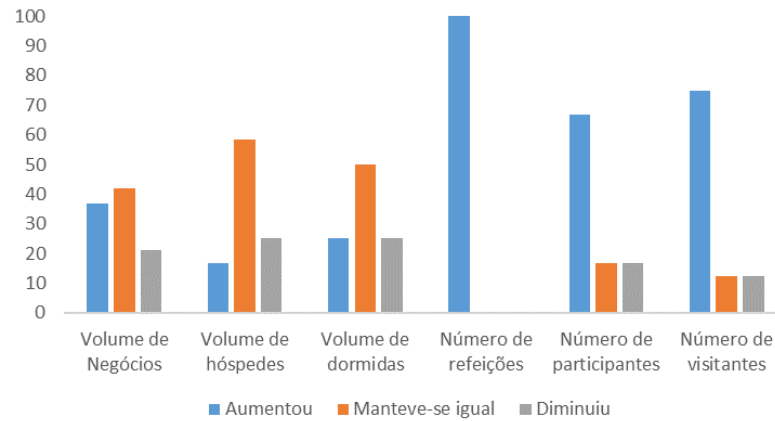


Gráfico 5 Indicadores de atividade

Fonte: Observatório Turístico de Melgaço

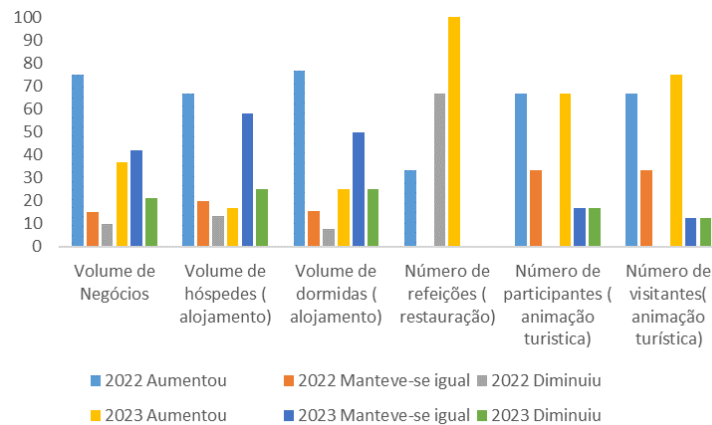


Gráfico 6 Indicadores de atividade 2022/2023

Fonte: Observatório Turístico de Melgaço

Os empresários acreditam que em 2024, os indicadores, vão manter – se semelhantes a 2023.

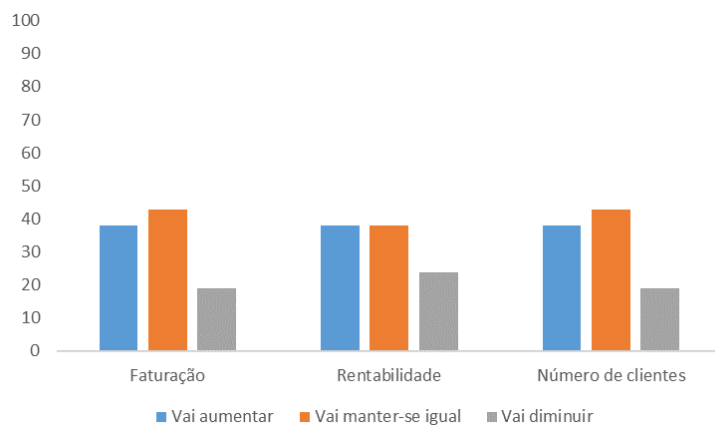


Gráfico 7 Evolução de Indicadores

Fonte: Observatório Turístico de Melgaço

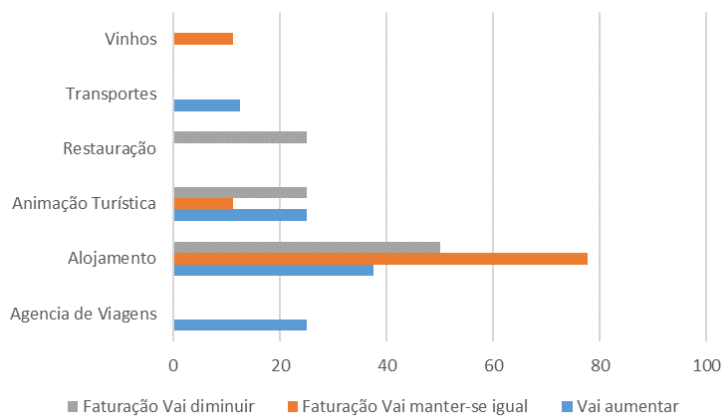


Gráfico 8 Evolução facturação por setor

Fonte: Observatório Turístico de Melgaço

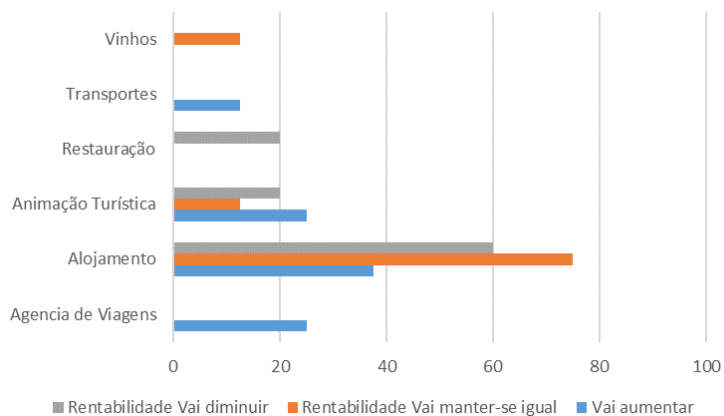


Gráfico 9 Evolução rentabilidade por setor

Fonte: Observatório Turístico de Melgaço

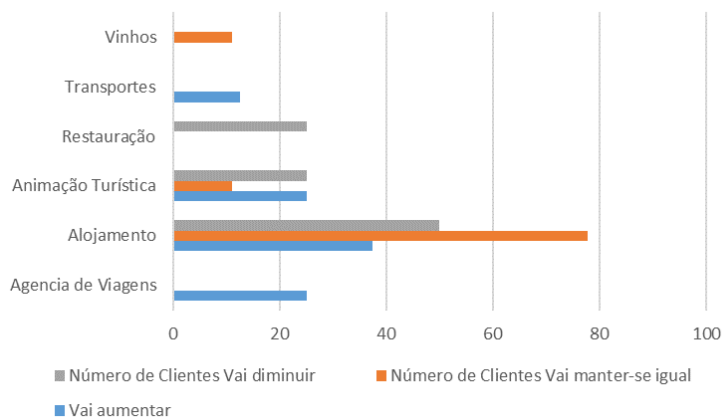


Gráfico 10 – Evolução do número de clientes por setor

Fonte: Observatório Turístico de Melgaço

Em todos os indicadores analisados o alojamento (setor mais representativo no inquérito) considera que o ano de 2024 vai ser semelhante a 2023 em faturação, nº de clientes e rentabilidade.

Os principais mercados de clientes nos diferentes setores em 2023 são: Portugal e Espanha, seguidos por França e Reino Unido. Não existem variações relevantes, entre 2022 e 2023 no que diz respeito aos principais mercados.

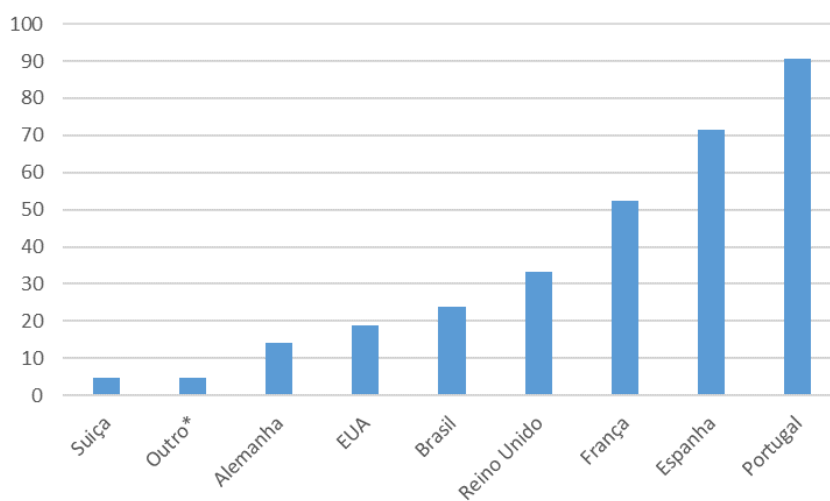


Gráfico 11 Principais mercados clientes

Fonte: Observatório Turístico de Melgaço

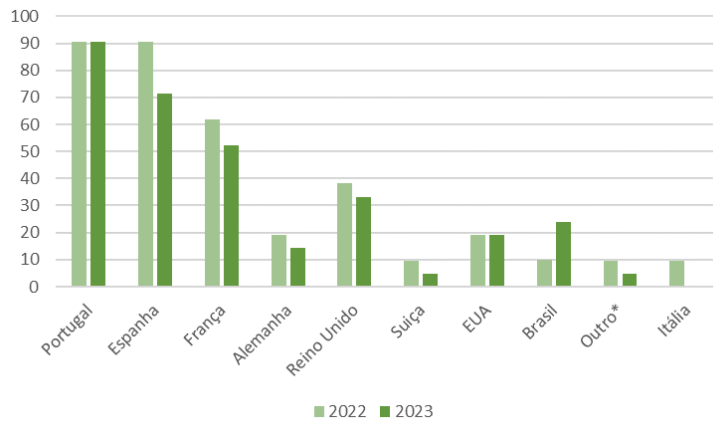


Gráfico 12 Principais mercados clientes comparação entre 2022 e 2023

Fonte: Observatório Turístico de Melgaço

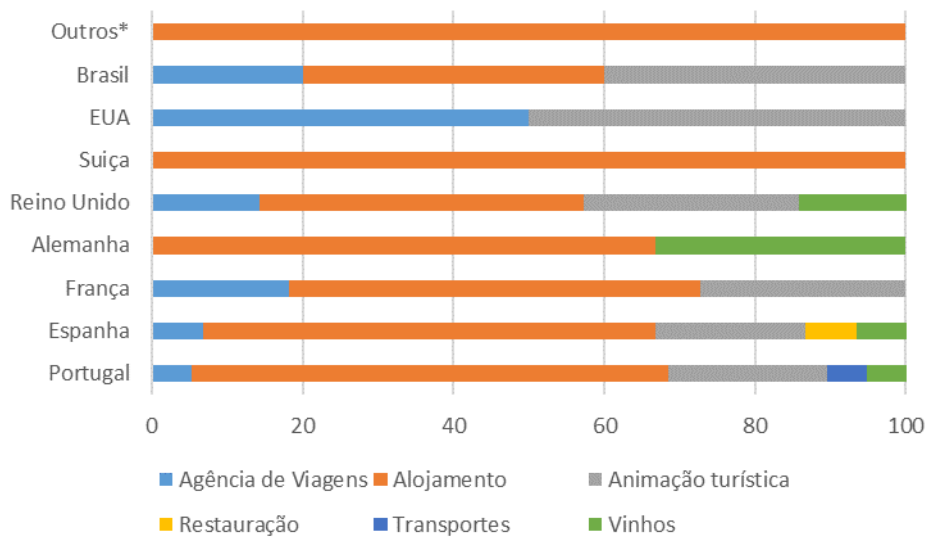


Gráfico 13 Distribuição dos clientes dos setores de atividade por nacionalidade

Fonte: Observatório Turístico de Melgaço

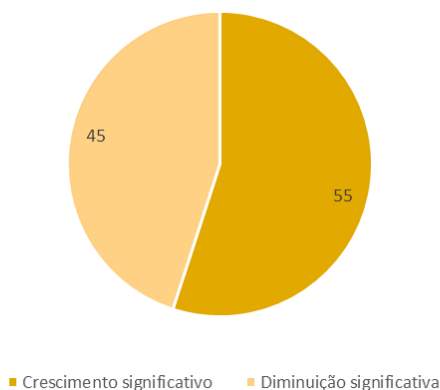


Gráfico 14 Tendências dos mercados na opinião dos inquiridos

Fonte: Observatório Turístico de Melgaço de Melgaço

Na opinião da maioria dos inquiridos (**55%**) houve um crescimento significativo, dos principais mercados. Dos empresários que afirmaram existir crescimento significativo, **64%** especificou quais os mercados em que houve um crescimento significativo, sendo o mercado nacional aquele que mais se destaca. Esta afirmação é corroborada quando cruzamos as variáveis crescimento significativo e principais mercados de clientes.

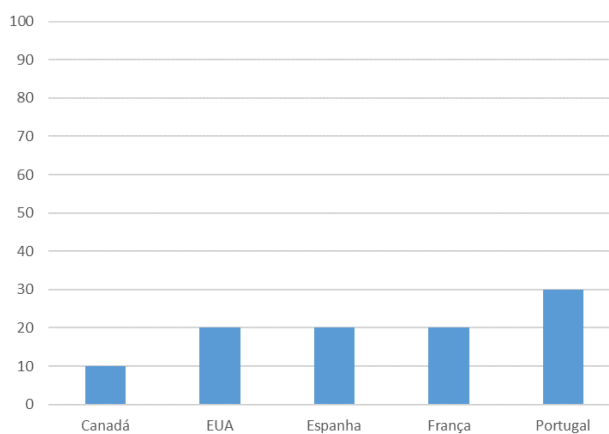


Gráfico 15 Mercados em crescimento

Fonte: Observatório Turístico de Melgaço

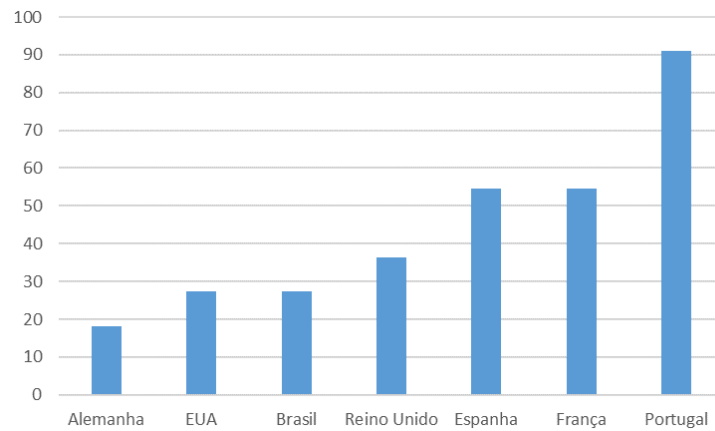


Gráfico 16 Principais clientes daqueles que afirmam crescimento significativo

Fonte: Observatório Turístico de Melgaço

3.2. RESERVA

O ato de reserva para as atividades desenvolvidas pelo *trade* é feito, na sua maioria, num espaço de tempo menor ou igual a 8 semanas, dependendo do setor de atividade.

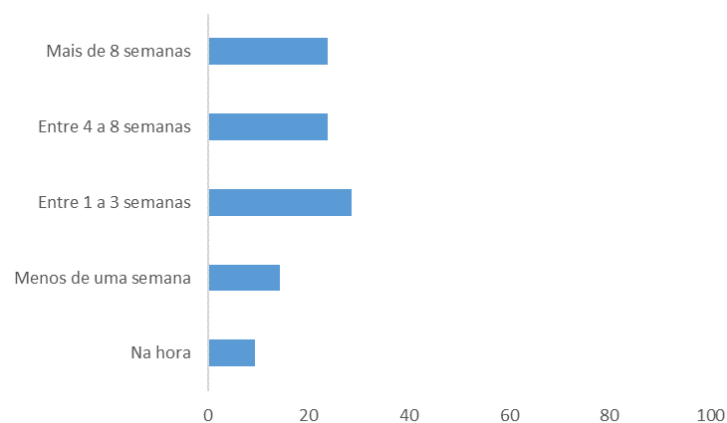


Gráfico 17 Temporalidade da Reserva

Fonte: Observatório Turístico de Melgaço

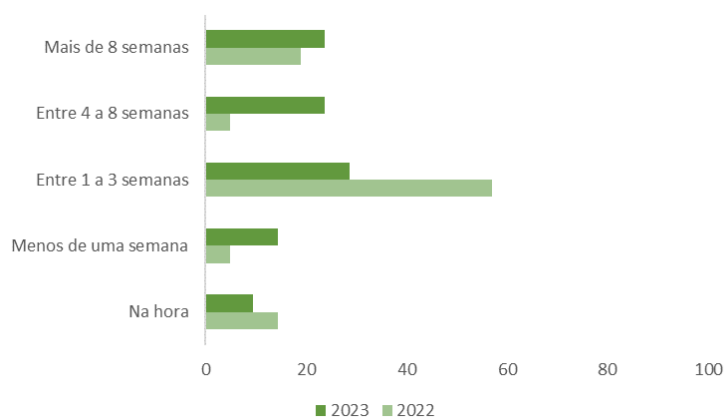


Gráfico 18 Temporalidade da Reserva 2022/2023

Fonte: Observatório Turístico de Melgaço

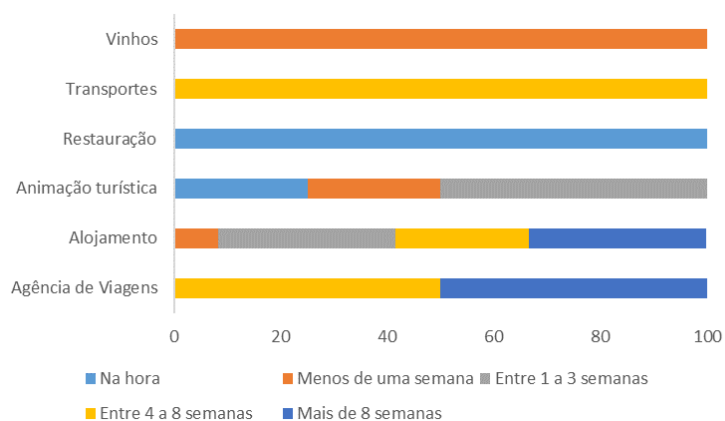


Gráfico 19 Distribuição da temporalidade da reserva por setor de atividade

Fonte: Observatório Turístico de Melgaço

Quando questionados relativamente à forma como a reserva é feita, a maioria, apenas selecionou 1 opção de resposta, sendo que, as reservas são feitas maioritariamente, diretamente por telefone ou email ou através de uma OTA (*Online Travel Agency*). O ato de reserva varia conforme o setor de atividade.

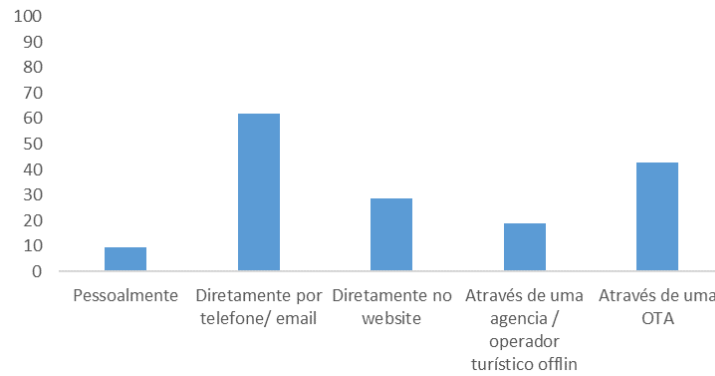


Gráfico 20 Ato da Reserva

Fonte: Observatório Turístico de Melgaço

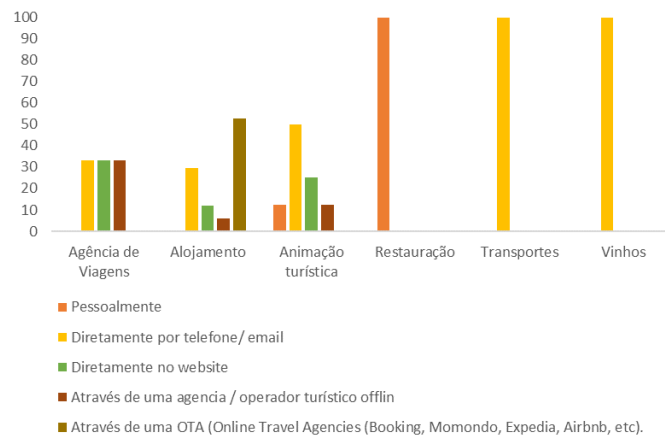


Gráfico 21 Distribuição do tipo de reserva por setor de atividade

Fonte: Observatório Turístico de Melgaço

Para finalizar este subcapítulo, procuramos aferir, qual a opinião dos empresários acerca do impacto dos eventos na sua atividade. A maioria considera, serem os eventos realizados no concelho, aqueles com mais impacto.

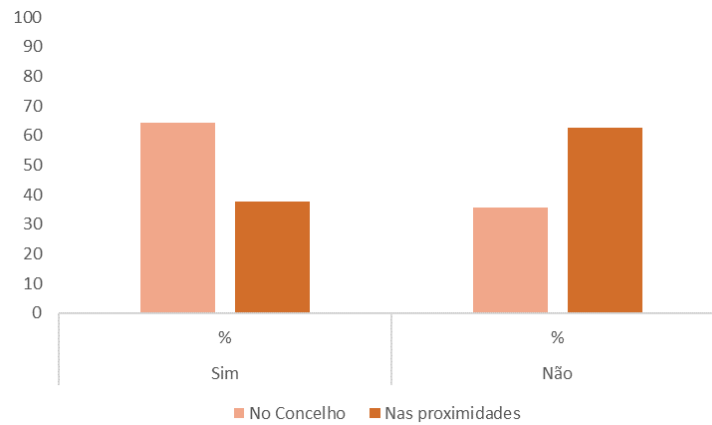


Gráfico 22 Influência dos eventos na atividade

Fonte: Observatório Turístico de Melgaço

3.3. CONTRATAÇÃO

Apenas **33,3%** dos inquiridos contrataram novos colaboradores em 2023, que residem, maioritariamente, em Melgaço.

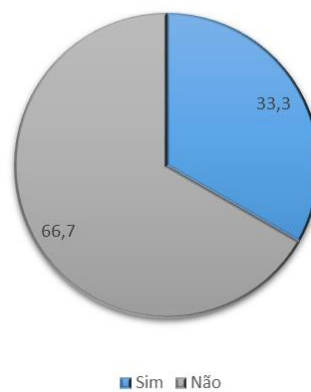


Gráfico 23 Contratação de novos funcionários

Fonte: Observatório Turístico de Melgaço

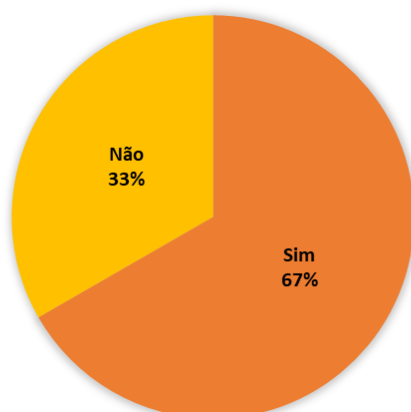


Gráfico 24 Residência no concelho dos novos funcionários

Fonte: Observatório Turístico de Melgaço

As variações no número de funcionários permanentes e sazonais são residuais ao longo de 2023.

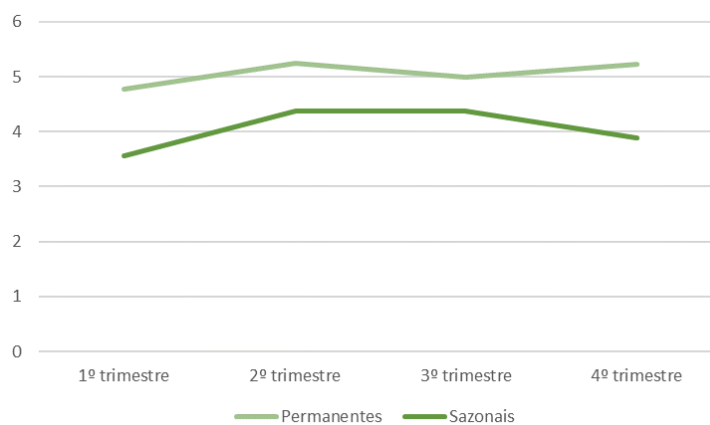


Gráfico 25 Nº médio de funcionários por trimestre

Fonte: Observatório Turístico de Melgaço

A pouca variação nos funcionários sazonais parece indicar uma falsa sazonalidade., tratando-se mais de funcionários temporários ou em part-time e não tanto sazonais.

Ainda relativamente à questão da sazonalidade/ temporalidade analisamos o seu peso no total de funcionários e verificamos que representam mais de metade do número total de funcionários em todos os trimestres de 2023.

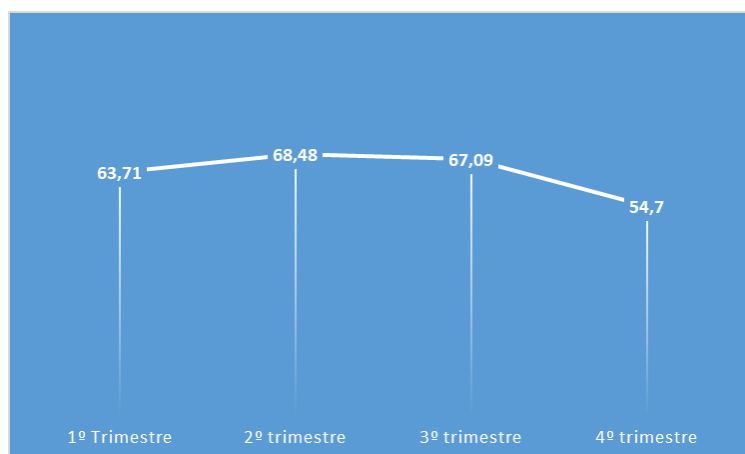


Gráfico 26 Peso da sazonalidade/ temporalidade por trimestre

Fonte: Observatório Turístico de Melgaço

A inexistência de respostas suficientes à questão *12 a* (habilitações literárias) inviabiliza a sua correta análise estatística. pelo que, não foi considerada para efeitos de relatório.

O **67%** dos funcionários permanentes, auferem um salário bruto inferior ou igual a 1000€.

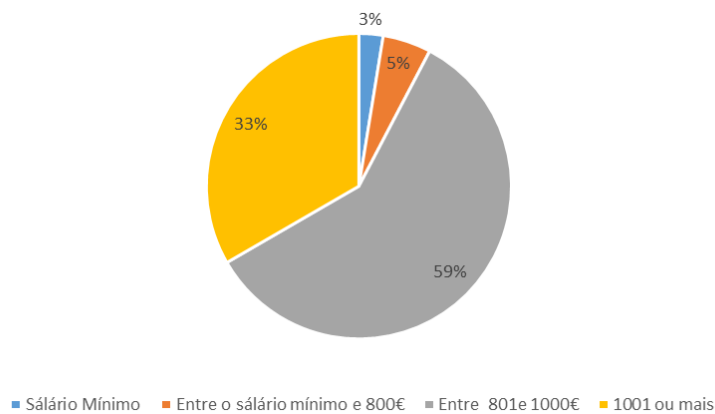


Gráfico 27 Salários dos funcionários permanentes

Fonte: Observatório Turístico de Melgaço

50% dos empresários inquiridos promoveram formação. Primeiros socorros, marketing e gestão e atendimento são algumas das formações ministradas.

3.4. SUSTENTABILIDADE

Estando a questão da sustentabilidade na ordem do dia e sendo o concelho de Melgaço um *Destino de Natureza*, certificado internacionalmente em sustentabilidade, recentemente renovado pela ErthCheck (órgão acreditado pelo *Global Sustainable Tourism Council*), importa perceber, se a temática é uma das preocupações do *trade*. Trata-se, de aferir quais as preocupações ambientais e de sustentabilidade dos empresários e perceber de que forma influenciam as suas decisões.

Quando questionados sobre a existência de certificação ambiental na empresa, **27,3%**, respondeu afirmativamente.

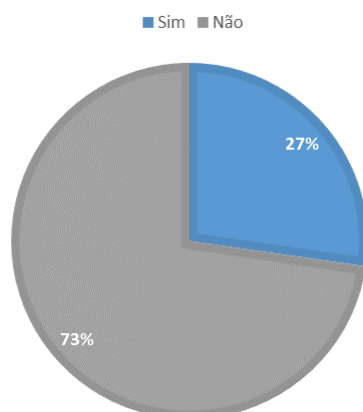


Gráfico 28 Certificação Ambiental

Fonte: Observatório Turístico de Melgaço

3.4.1. Desempenho Ambiental do *trade*

Analisamos agora alguns indicadores relacionados com o desempenho ambiental do *trade*.

3.4.1.1. Separação de resíduos

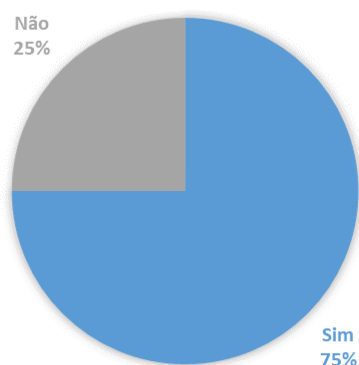


Gráfico 29 Separação de resíduos

Fonte: Observatório Turístico de Melgaço

Em 2023 à semelhança do ano transato, o papel e o cartão, seguidos das embalagens e vidros são os resíduos que os empresários mais separaram. A totalidade dos que responderam afirmativamente à separação de resíduos separaram embalagens e papel/ cartão e a grande maioria separou, também, vidro.

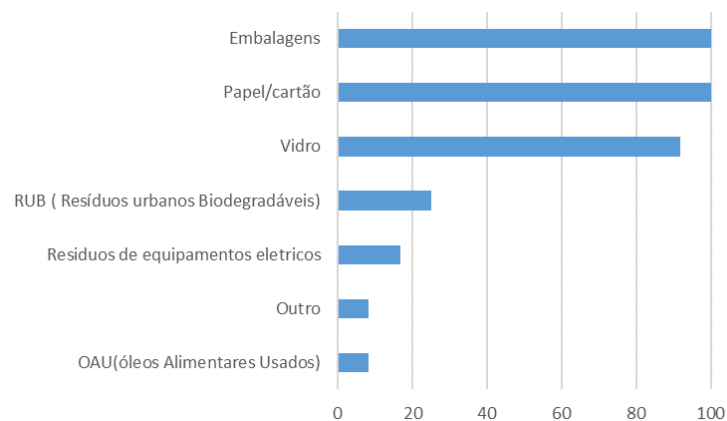


Gráfico 30 Tipo de resíduos

Fonte: Observatório Turístico de Melgaço

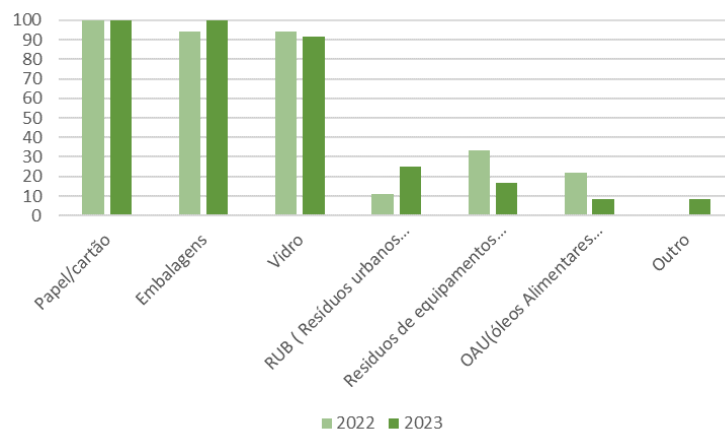


Gráfico 31 Tipo de resíduos comparação entre 2022 e 2023

Fonte: Observatório Turístico de Melgaço

3.4.1.2. Gestão eficiente de resíduos

Relativamente à gestão eficiente dos resíduos, os empresários apostam sobretudo na *redução de plásticos*, *disponibilização de recipientes para recolha seletiva* e *disponibilização de produtos recarregáveis*. Embora a grande maioria tenha alguma prática de gestão eficiente, existe ainda, um **26,7%** de inquiridos que afirma não ter qualquer preocupação com a gestão de resíduos.

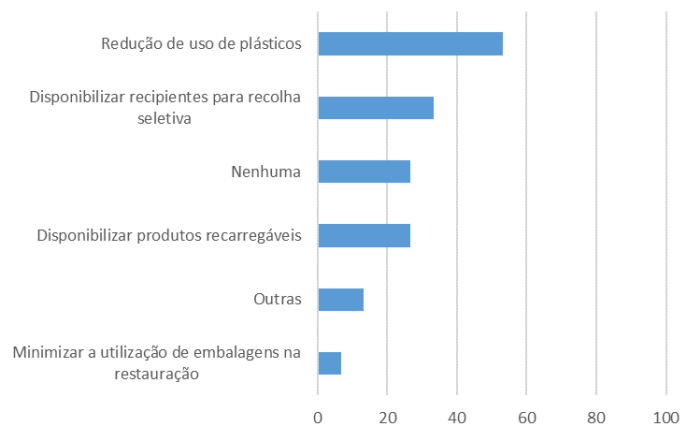


Gráfico 32 Gestão eficiente de resíduos

Fonte: Observatório Turístico de Melgaço

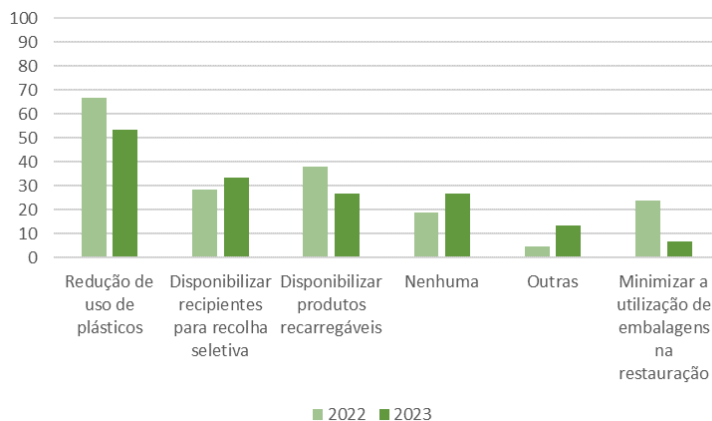


Gráfico 33 Gestão eficiente de resíduos comparação 2022/2023

Fonte: Observatório Turístico de Melgaço

3.4.1.3. Consumo de eletricidade

Média Anual	17653,71Kwh
Média Mensal	1465,43 Kwh

Tabela 1 Consumo de eletricidade

Fonte: Observatório Turístico de Melgaço

14,3% dos inquiridos afirma ter contratos de energia verde renovável, e desses, **metade** têm contratos *100% de energia verde*.

Quando questionamos sobre práticas de consumo eficiente de energia os inquiridos apontam em média 3 opções, sendo a de *utilização de lâmpadas economizadoras, garantir que os equipamentos não necessários, são desligados, utilização de equipamentos elétricos da classe A ou superior e isolamento térmico e acústico de janelas*, as mais destacadas. Apenas **6,7%** afirmou não ter quaisquer práticas de consumo eficiente de energia.

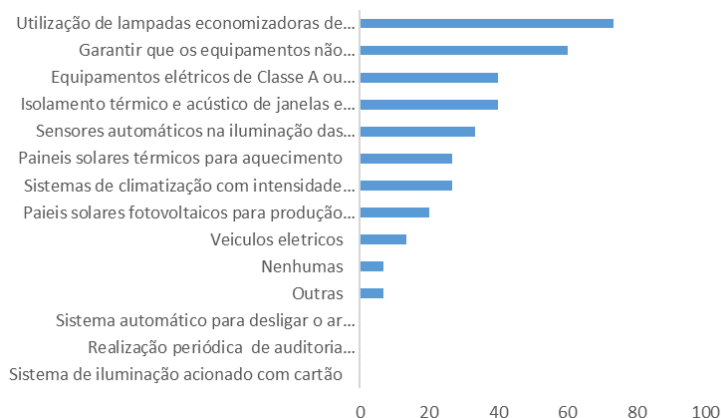


Gráfico 34 Consumo eficiente de energia

Fonte: Observatório Turístico de Melgaço

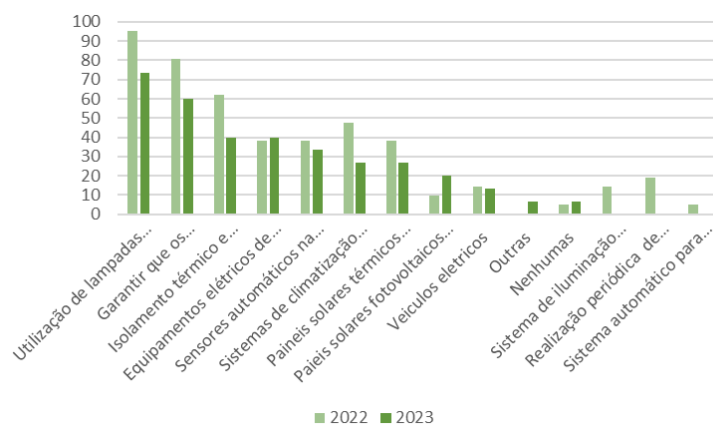


Gráfico 35 Consumo eficiente de energia

Fonte: Observatório Turístico de Melgaço

3.4.1.4. Consumo eficiente de água

Tal como em 2022, por comparação com o consumo de eletricidade os inquiridos mostram, em geral, menos preocupações com o consumo eficiente da água. Nas suas

respostas, apontaram em média, apenas 2 práticas de gestão eficiente de água e a percentagem daqueles que assumem não ter qualquer prática é maior do que na questão relativa à energia.

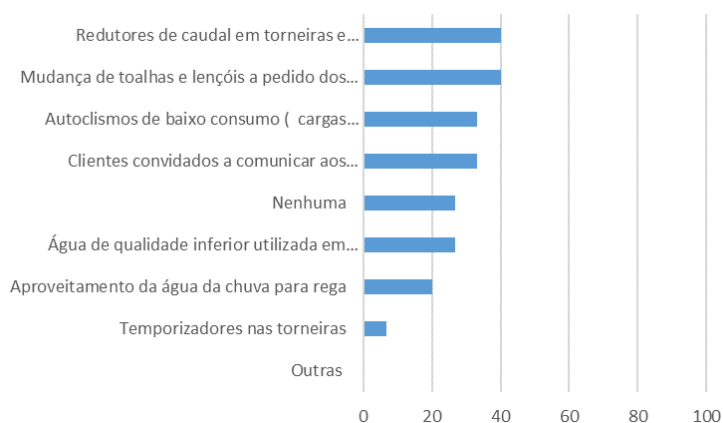


Gráfico 36 Consumo eficiente de água

Fonte: Observatório Turístico de Melgaço

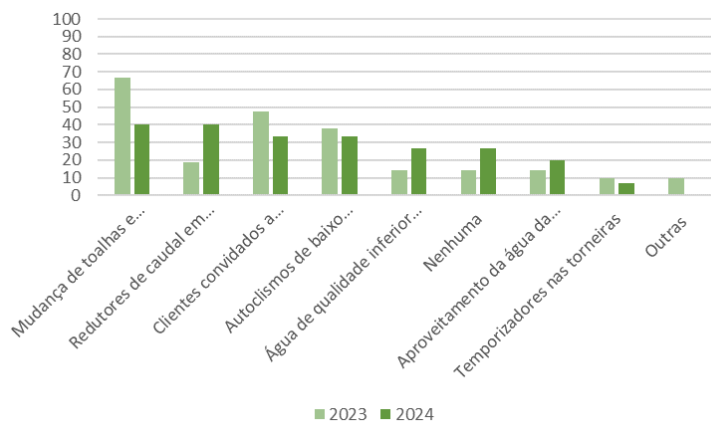


Gráfico 37 Consumo eficiente de água 2022/2023

Fonte: Observatório Turístico de Melgaço

A redução de desperdícios alimentares, preocupações com o bem-estar animal e o apoio à comunidade local, são exemplos de outras práticas de sustentabilidade, adotadas pelos inquiridos.

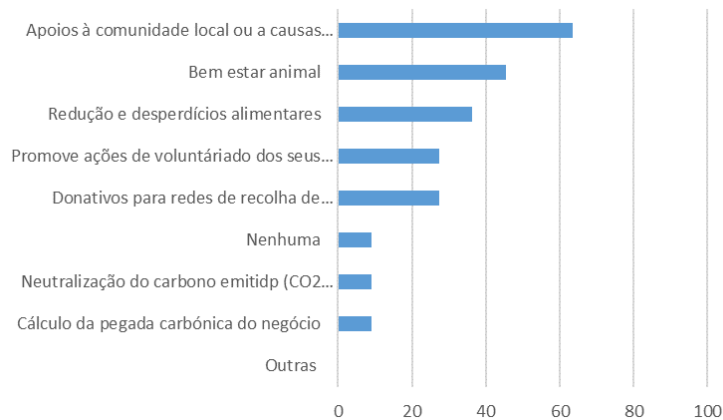


Gráfico 38 Outras práticas de sustentabilidade

Fonte: Observatório Turístico de Melgaço

Quase metade dos inquiridos com instalações físicas, afirma ter instalações acessíveis.

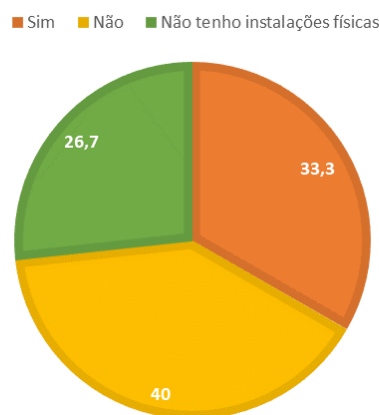


Gráfico 39 Instalações acessíveis

Fonte: Observatório Turístico de Melgaço

75% das empresas de animação turística que responderam ao inquérito, tem *atividades de animação adaptadas*.

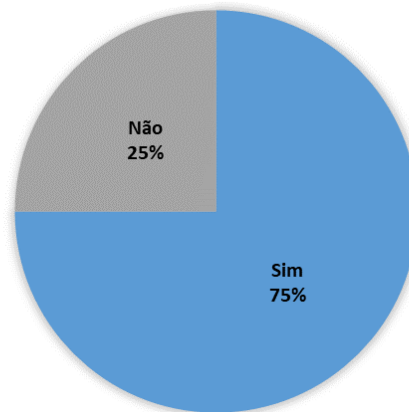


Gráfico 40 Atividades adaptadas

Fonte: Observatório Turístico de Melgaço

A maioria dos inquiridos (**86,7%**) compra bens e/ou serviços a fornecedores locais. Em média as compras de produtos e serviços locais representam **56,2%** do total de compras.

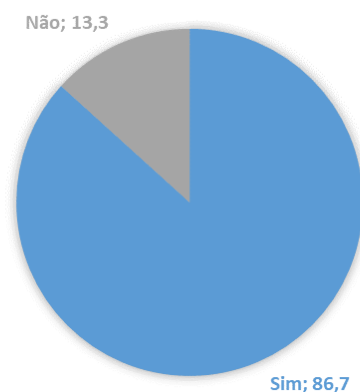


Gráfico 41 Compra de bens e/ ou serviços locais

Fonte: Observatório Turístico de Melgaço

Mínimo	Máximo	Média±Desv. Padrão
5	95	56,2±35,134

Tabela 2 Percentagem de produtos locais sobre o total de compras

Fonte: Observatório Turístico de Melgaço

Para finalizar, **26,7%** dos inquiridos realizam algum contributo para causas sociais, contudo, a maioria prefere não especificar o tipo de contributo.

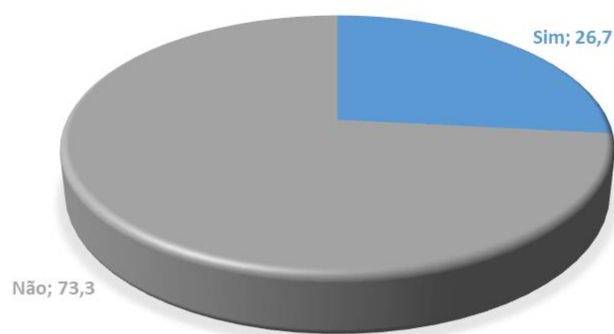


Gráfico 42 Contributo para causas sociais

Fonte: Observatório Turístico de Melgaço

4. VISÃO DO TURISMO

4.1. POSICIONAMENTO

Para finalizar o inquérito, à semelhança do relatório anterior procuramos aferir a opinião dos empresários relativamente ao posicionamento do destino Melgaço e dos contributos que o município e os próprios empresários poderão aportar à performance do destino.

Opções fornecidas no inquérito:

Opção 1 – Considero que tem sido feito um excelente percurso e Melgaço é hoje um destino turístico de excelência capaz de concorrer com qualquer outro território e tenho sentido, na minha atividade, melhorias nos indicadores de desempenho;

Opção2 - Considero que tem sido feito um excelente percurso e Melgaço é hoje um destino turístico de excelência capaz de concorrer com qualquer outro território, mas não tenho sentido, na minha atividade, melhorias nos indicadores de desempenho;

Opção 3 - Considero que a evolução do setor turístico em Melgaço tem sido bastante positiva, mas existem ainda lacunas e que será necessário desenvolver outras ações que visem o desenvolvimento do setor, tornando-o mais capaz de concorrer com outros destinos turísticos concorrentes;

Opção 4 - Considero que o setor do turismo é mal desenvolvido e mal trabalhado em Melgaço, o que o torna, um setor incapaz de gerar riqueza e é um setor inferior e está muito longe de outros destinos turísticos concorrentes.

A grande maioria dos inquiridos (**71,4%**) selecionou a *opção 3* o que mostra um posicionamento diferente quando comparado com 2022 (onde os inquiridos selecionaram, maioritariamente, as opções 1 e 2)

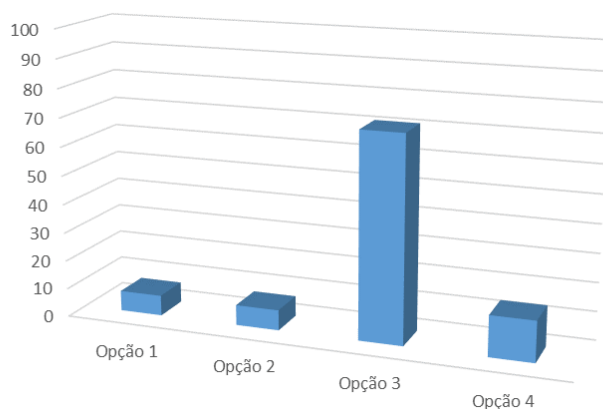


Gráfico 43 Opinião sobre o desenvolvimento do turismo em Melgaço

Fonte: Observatório Turístico de Melgaço

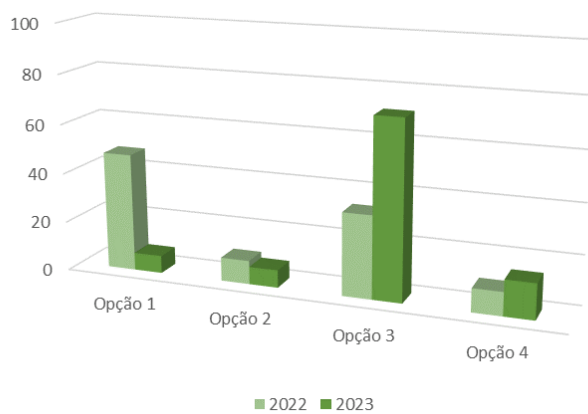


Gráfico 44 Opinião sobre o desenvolvimento do turismo em Melgaço 2022/2023

Fonte: Observatório Turístico de Melgaço

Segundo os inquiridos, os destinos que diretamente mais concorrem com Melgaço são: Monção e Arcos de Valdevez, seguidos por Ponte de Lima, Ponte da Barca, Gerês e Caminha.

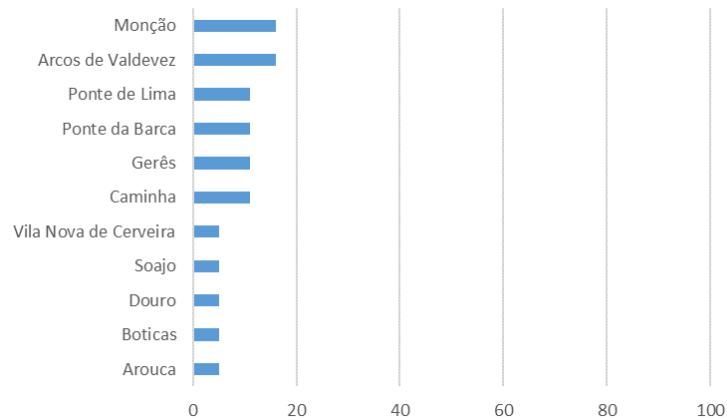


Gráfico 45 Destinos concorrentes

Fonte: Observatório Turístico de Melgaço

Na opinião dos inquiridos, numa escala em que 1 significa *muito pior* e 10 *muito melhor*, Melgaço compara bem com todos os destinos nacionais e a Galiza

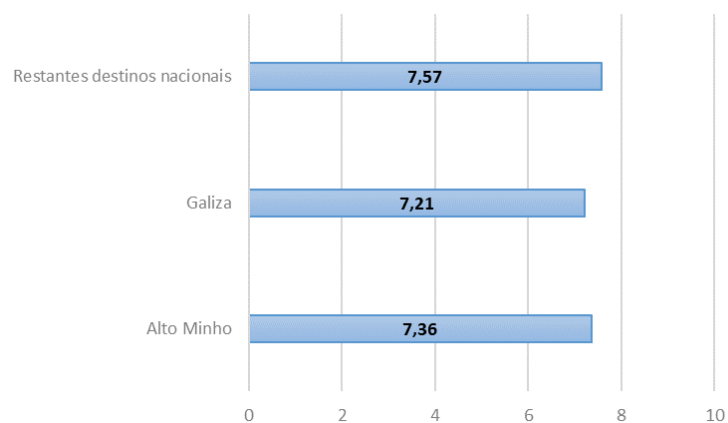


Gráfico 46 Valor médio atribuído ao desempenho de Melgaço quando comparado com os destinos indicados

Fonte: Observatório Turístico de Melgaço

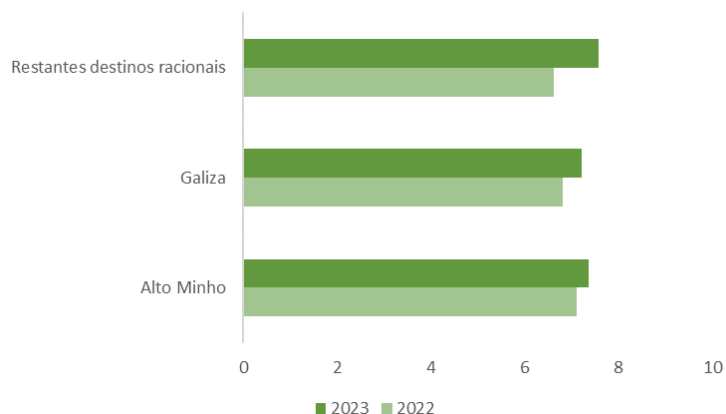


Gráfico 47 Valor médio atribuído ao desempenho de Melgaço quando comparado com os destinos indicados 2022/2023

Fonte: Observatório Turístico de Melgaço

Comparativamente com 2022 o desempenho de Melgaço relativamente ao Alto Minho, outros destinos nacionais e Galiza tem valores médios superiores. Da mesma forma, se cruzarmos as opiniões acerca do desenvolvimento do turismo em Melgaço e o valor médio atribuído ao desempenho do concelho, constatamos que o valor atribuído não desce dos **6,9**. Este valor parece indicar que muito embora a maioria dos inquiridos considere que *“a evolução do setor turístico em Melgaço tem sido bastante positiva, mas existem ainda lacunas e que será necessário desenvolver outras ações que visem o desenvolvimento do setor, tornando-o mais capaz de concorrer com outros destinos turísticos concorrentes”* o desenvolvimento do turismo no concelho está no bom caminho.

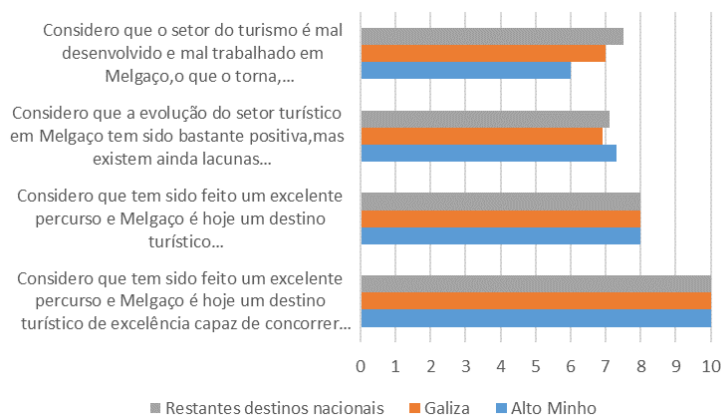


Gráfico 48 Distribuição da opinião relativa ao desempenho do concelho pelo valor médio do desempenho

Fonte: Observatório Turístico de Melgaço

4.2. AÇÕES E PROJETOS A PROMOVER

De acordo com a opinião inquiridos para promover o desenvolvimento do Turismo, o município deve apostar, essencialmente, em *ações de aproximação dos agentes locais e operadores turísticos, promoção e divulgação digital do destino, promoção em feiras de turismo, em sinalética e na formação e capacitação das empresas, entre outras*. Para uma questão com resposta múltipla os inquiridos escolheram em média, 4 opções de resposta.



Gráfico 49 Ações a desenvolver pelo município

Fonte: Observatório Turístico de Melgaço

Por último, foi proposto aos inquiridos exporem a sua opinião sobre futuras ações e projetos a ser desenvolvidos pelo município e possíveis contributos da própria empresa para o desenvolvimento do turismo no concelho de Melgaço. Relativamente ao Município, a aposta deveria centrar-se numa maior *promoção do destino*. Quando questionados sobre o seu próprio contributo para o desenvolvimento do turismo, os empresários referem as *parcerias* e maior *investimento em marketing e promoção*.

5. CONCLUSÕES

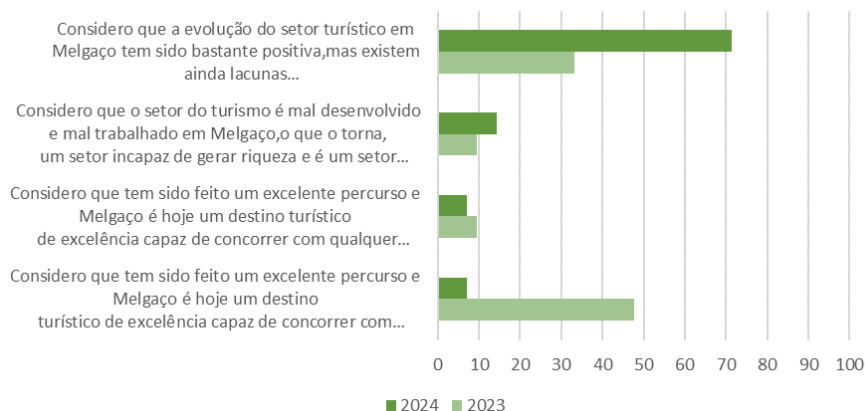


Gráfico 50 Satisfação do *Trade* com o turismo

Fonte: Observatório Turístico de Melgaço

- 🔍 O *Trade* considera que a evolução do turismo é bastante positiva embora com algumas lacunas, sendo necessário desenvolver ações que promovam o desenvolvimento do setor. Diminui bastante a percentagem dos que acham que o município faz um excelente trabalho- é certo-, mas aumentou a dos que afirmam que faz bem, mas pode fazer melhor. O ligeiro aumento dos que dizem que faz mal deve ser alvo de monitorização.
- 🔍 Para os inquiridos, Melgaço está muito bem posicionado relativamente a outros destinos. Os destinos que mais concorrem com Melgaço, na opinião dos inquiridos, são Monção, Arcos de Valdevez Ponte de Lima, Ponte da Barca, Gerês, Caminha e a Galiza;
- 🔍 A pouca variação nos funcionários sazonais parece indicar uma falsa sazonalidade e uma confusão entre funcionários sazonais e funcionários temporários/part-time. Em todos os trimestres de 2023, representam mais de metade do total de funcionários, pelo que, será interessante avaliar esta tendência;

- Existem já preocupações por parte do *Trade* com as questões da sustentabilidade e o apoio a causas sociais, necessitando, contudo, de serem trabalhadas e mais fomentadas;
- A compra de produtos locais representa mais de metade do volume total de compras para **86,7 %** dos inquiridos;
- Na opinião do trade, o município deveria apostar mais na promoção do destino;
- Para finalizar, os empresários consideram ainda que, o seu maior contributo para o turismo passará pela aposta na promoção dos seus negócios e na constituição de parcerias.