

Pesquisa turismo de eventos



Centro de Convenções de Vitória
De 06 a 10 de Setembro de 2011

“Visando a ética, formação e excelência”

Vitória, setembro de 2011



SEBRAE Espírito Santo

Diretor-Superintendente

José Eugênio Vieira

Diretor de Atendimento

Ruy Dias de Souza

Diretor Técnico

Benildo Denadai

Gerente da Unidade de Atendimento ao Turismo e Cultura

Mario Cesar Correa

Gerente da Unidade de Estratégia, Planejamento e Orçamento

Daniela Negri

Analista de Pesquisa

Dênis Pedro Nunes



21º COBRAC
Vitória-ES 2011



Governo do Estado do Espírito

Governador

Jose Renato Casagrande

Vice Governador

Givaldo Vieira

Secretário de Estado de Turismo

Antonio Alexandre dos Passos Souza

Sub Secretária

Diomedes Maria Caliman Berger

Gerente Estudos e Negócios Turísticos

Ângela Maria Modolo de Assunção

Assessora Técnica

Maria Aparecida Gonçalves Silva



21º COBRAC
Vitória-ES 2011



Meta Instituto de Pesquisas

Diretor Presidente

Flávio Eduardo Silveira

Sócia-Gerente

Jalcira Elizabete das Virgens

Coordenador de Projetos SEBRAE/ES

Marcos André Conte

Analistas de Pesquisa

Fernanda Rocha dos Santos

Marcos André Conte

Damiana Bregalda Jaenisch

meta

pesquisas de opinião



21º COBRAC
Vitória-ES 2011



Objetivos

Objetivo Geral

Traçar perfil dos participantes de eventos no Espírito Santo.

Objetivos específicos

- Quantificar o percentual de turistas por evento;
- Identificar a origem e o tempo de permanência do turista no Estado;
- Avaliar a opinião do turista a respeito do receptivo utilizado e infraestrutura local;
- Quantificar o gasto médio dos turistas.



21º COBRAC
Vitória-ES 2011



Título

Método

Pesquisa de cunho quantitativo com a utilização de um questionário padronizado fornecido pelo SEBRAE/ES.

Público-alvo

Visitantes e turistas que estiveram no XXI Congresso Brasileiro de Cirurgia e Traumatologia Buco-Maxilo-Facial em Vitória, ES. Turista, dentro do conceito utilizado pela pesquisa, é a pessoa que permanecer, pelo menos, 24 horas ou ter, ao menos, um pernoite no município do evento.

Abordagem

Foram realizadas 200 entrevistas *in loco*.

Período de campo

Entre os dias 7 e 9 de setembro de 2011.



21º COBRAC
Vitória-ES 2011





21º COBRAC
Vitória-ES 2011

Apresentação dos resultados

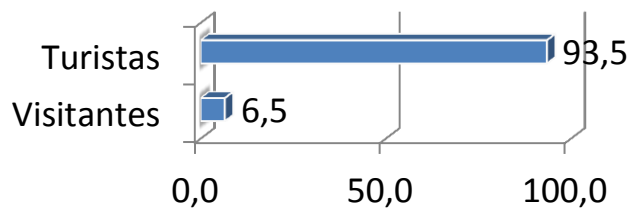


Perfil do público

A pesquisa foi realizada entre os freqüentadores do encontro, classificados então em dois públicos: turistas - que nesse caso é a pessoa que permanecer, pelo menos, 24 horas ou ter, ao menos, um pernoite na cidade - e visitantes.

93,5% dos entrevistados enquadraram-se na categoria turistas. Os 6,5% restantes estavam visitando a feira por um dia apenas ou retornando às suas próprias residências para o pernoite.

Entrevistados		
	Frequência	Percentual
Turistas	187	93,5
Visitantes	13	6,5
Total	200	100,0



Perfil do público

A grande maioria dos visitantes (76,9%) é de Vitória, sendo os demais de Vila Velha ou Aracruz. Dentre os locais de origem dos turistas destacam-se as cidades do Rio de Janeiro, Salvador e São Paulo (somam 27,3%) e os estados de São Paulo, Rio de Janeiro e Bahia (somam 42,8%). A grande maioria dos turistas é brasileira (98,4%). Dentre os três turistas estrangeiros 2 eram venezuelanos e 1 angolano.

Cidade de origem - Visitantes		
	f	%
Vitória	10	76,9
Vila Velha	2	15,4
Aracruz	1	7,7
Total	13	100,0

Estado de origem - Visitantes		
	f	%
ES	13	100,0
Total	13	100,0

País de origem - Turistas		
	f	%
Brasil	184	98,4
Venezuela	2	1,1
Angola	1	0,5
Total	187	100,0

Cidade de origem - Turistas		
	f	%
Rio de Janeiro	23	12,3
Salvador	14	7,5
São Paulo	14	7,5
Brasília	9	4,8
Recife	8	4,3
Porto Alegre	7	3,7
Belo Horizonte	6	3,2
Campo Grande	6	3,2
Maringá	6	3,2
Natal	6	3,2
Belém	5	2,7
Ribeirão Preto	5	2,7
Curitiba	4	2,1
Aracaju	3	1,6
Bauru	3	1,6
Blumenau	3	1,6
Santos	3	1,6

Estado de origem - Turistas		
	f	%
SP	35	18,7
RJ	26	13,9
BA	19	10,2
PR	15	8,0
MG	13	7,0
RS	10	5,3
DF	9	4,8
PE	9	4,8
SC	8	4,3
MS	6	3,2
PA	6	3,2
RN	6	3,2

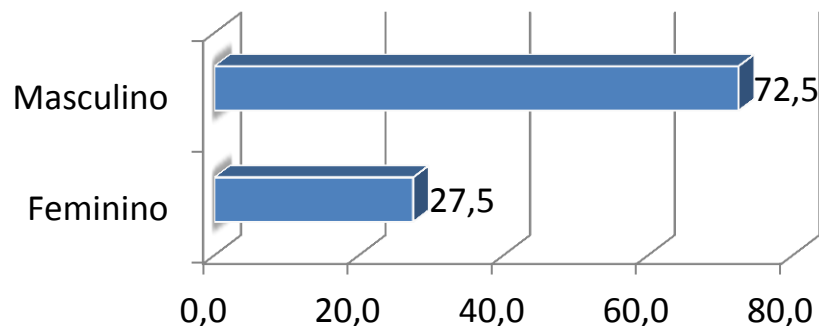
Foram apresentados os principais estados de origem dos turistas. Tabela completa em anexo.

Foram apresentadas as principais cidades de origem dos turistas. Tabela completa em anexo.

Perfil do público

O número de entrevistados do sexo masculino prevaleceu sobre o feminino tanto entre os visitantes (53,8% eram homens) quanto entre os turistas, em que a diferença do percentual foi ainda mais significativa (73,8% dos turistas eram homens).

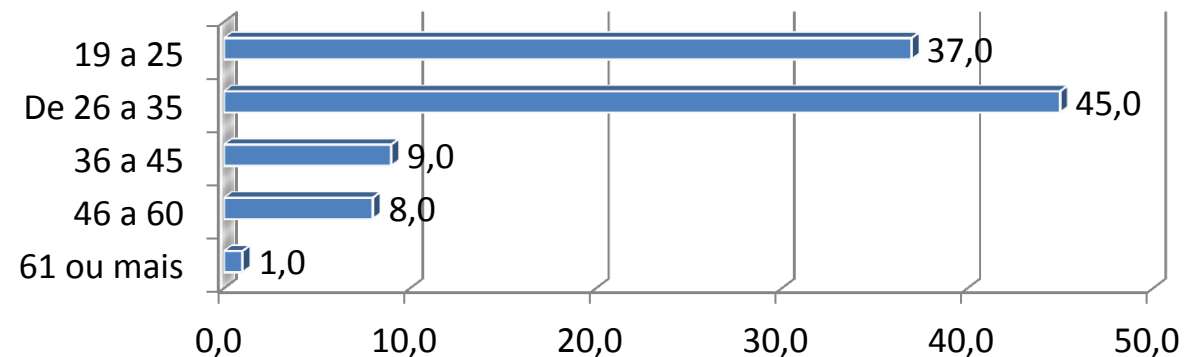
Sexo						
	Turista		Visitante		Total	
	f	%	f	%	f	%
Masculino	138	73,8	7	53,8	145	72,5
Feminino	49	26,2	6	46,2	55	27,5
Total	187	100,0	13	100,0	200	100,0



Perfil do público

De modo geral o público entrevistado possui de 19 a 35 anos (82%). Dentre os visitantes, a maioria possui entre 19 e 25 anos (61,5%), já entre os turistas percentual mais significativo está situado na faixa etária de 26 a 35 anos (47,1%).

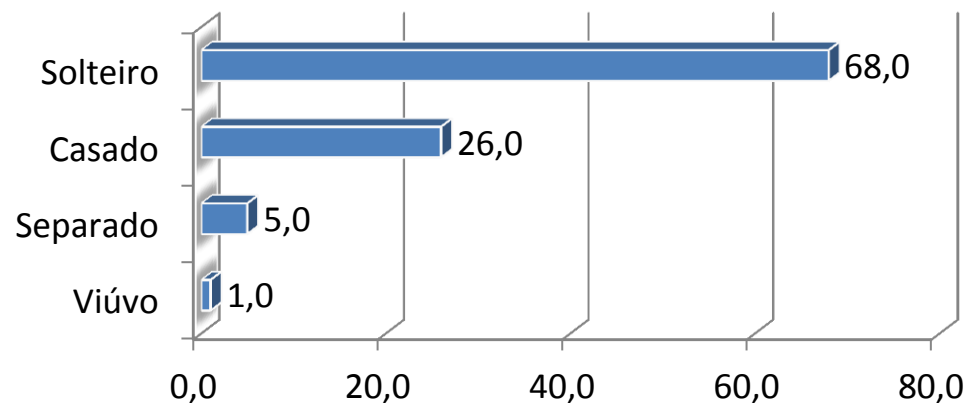
	Faixa etária					
	Turista		Visitante		Total	
	f	%	f	%	f	%
De 19 a 25	66	35,3	8	61,5	74	37,0
De 26 a 35	88	47,1	2	15,4	90	45,0
De 36 a 45	18	9,6	0	0	18	9,0
De 46 a 60	13	7,0	3	23,1	16	8,0
61 ou mais	2	1,1	0	0,0	2	1,0
Total	187	100,0	13	100,0	200	100,0



Perfil do público

A maior parte dos entrevistados, tanto visitantes quanto turistas, é solteira (68%).

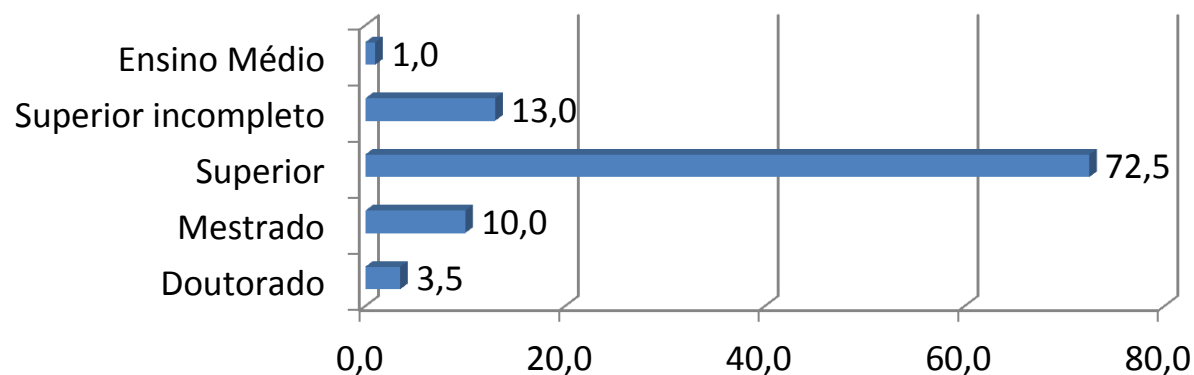
Estado civil						
	Turista		Visitante		Total	
	f	%	f	%	f	%
Solteiro	126	67,4	10	76,9	136	68,0
Casado	50	26,7	2	15,4	52	26,0
Separado	9	4,8	1	7,7	10	5,0
Viúvo	2	1,1	0	0	2	1,0
Total	187	100,0	13	100,0	200	100,0



Perfil do público

Os entrevistados, turistas e visitantes, possuem em sua maioria ensino superior completo (72,5%) e parte considerável dos visitantes (30,8%) possui ensino superior incompleto.

Escolaridade						
	Turista		Visitante		Total	
	f	%	f	%	f	%
Médio	2	1,1	0	0	2,0	1,0
Superior Incompleto	22	11,8	4	30,8	26,0	13,0
Superior	137	73,3	8	61,5	145,0	72,5
Mestrado	19	10,2	1	7,7	20,0	10,0
Doutorado	7	3,7	0	0	7,0	3,5
Total	187	100,0	13	100,0	200,0	100,0



Perfil do público

A maior parte dos entrevistados (56%) são autônomos ou profissionais liberais. Dentre os turistas destacaram-se também as ocupações “funcionário público ou de empresa pública” e “estudante” (somam 38%), a ocupação “estudante” também foi significativa entre os visitantes (46,2%).

Ocupação principal						
	Turista		Visitante		Total	
	f	%	f	%	f	%
Empresário	3	1,6	0	0	3	1,5
Empregado de empresa privada	5	2,7	0	0	5	2,5
Funcionário público ou de empresa pública	29	15,5	0	0	29	14,5
Autônomo/profissional liberal	105	56,1	7	53,8	112	56,0
Estudante	42	22,5	6	46,2	48	24,0
Aposentado	1	0,5	0	0	1	0,5
Outra	1	0,5	0	0	1	0,5
Não respondeu	1	0,5	0	0	1	0,5
Total	187	100,0	13	100,0	200	100

Perfil do público

A maior parte dos turistas (55,6%) tem renda média individual de até 10 salários mínimos (R\$5.450,00), já entre os visitantes, a maior parte (53,9%) recebe até 15 salários mínimos (R\$8.175,00). Para ambos os públicos, houve maior concentração entre os que recebem até 3 salários mínimos R\$1.635,00 (21,9% entre os turistas e 23,1% entre os visitantes).

Renda média individual						
	Turista		Visitante		Total	
	f	%	f	%	f	%
Até 3 [até 1.635,00]	41	21,9	3	23,1	44	22,0
Mais de 3 a 5 [1.636,00 a 2.725,00]	29	15,5	1	7,7	30	15,0
Mais de 5 a 10 [2.726,00 a 5.450,00]	34	18,2	1	7,7	35	17,5
Mais de 10 a 15 [5.451,00 a 8.175,00]	21	11,2	2	15,4	23	11,5
Mais de 15 a 20 [8.176,00 a 10.900,00]	14	7,5	1	7,7	15	7,5
Mais de 10.900,00	24	12,8	0	0	24	12,0
Não Respondeu	24	12,8	5	38,5	29	14,5
Total	187	100,0	13	100,0	200	100,0

Avaliação do evento

De modo geral, “escola/universidade” destacou-se como principal fonte de informação sobre a realização do evento. Além desta, destacou-se entre os turistas a “internet” (24,7%) e entre os visitantes “convite” e “parentes/amigos) (somam 40%).

Como soube do evento?						
	Turista		Visitante		Total	
	f	%	f	%	f	%
Convite	8	3,3	3	20,0	11	5,5
Empresa	4	1,7	0	0	4	2
Escola/Universidade	93	38,9	7	46,7	100	50,0
Folder	5	2,1	0	0	5	3
Internet	59	24,7	0	0	59	30
Jornal	7	2,9	0	0	7	4
Mala direta	18	7,5	0	0	18	9
Parentes/amigos	33	13,8	3	20,0	36	18,0
Revistas	3	1,3	0	0	3	2
TV	1	0,4	0	0	1	1
Outro	8	3,3	2	13,3	10	5,0
Total de respostas	239		15		254	

Outro meio - qual?		
	Frequência	Percentual
Participação recorrente no congresso	9	4,5
COPAC	1	0,5
Total	10	5,0

Avaliação do evento

As instalações e serviços do local do evento foram qualificadas bastante positivamente. A maioria dos entrevistados qualificou como bons a “organização do evento”, “sinalização”, “segurança” e o “grau de satisfação geral com o evento”. A “limpeza geral”, “instalações sanitárias” e “estacionamento” foram avaliados pela maioria dos entrevistados que souberam avaliá-los de bons a ótimos.

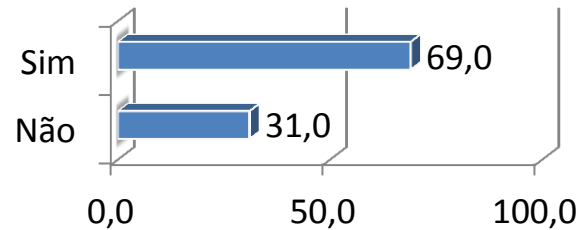
Qualifique as instalações e serviços do local do evento:

	Ótimo		Bom		Regular		Ruim		Péssimo		Não sabe		Total	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Organização do evento	82	41,0	109	54,5	6	3,0	3	1,5	0	0	0	0	200	100
Sinalização	60	30,0	106	53,0	31	15,5	2	1,0	1	0,5	0	0	200	100
Segurança	82	41,0	102	51,0	8	4,0	1	0,5	0	0	7	3,5	200	100
Limpeza geral	91	45,5	96	48,0	13	6,5	0	0	0	0	0	0	200	100
Instalações sanitárias	72	36,0	92	46,0	19	9,5	8	4,0	0	0	9	4,5	200	100
Estacionamento	17	8,5	25	12,5	8	4,0	4	2,0	2	1,0	144	72,0	200	100
Grau de satisfação geral com o evento	74	37,0	120	60,0	5	2,5	1	0,5	0	0	0	0	200	100

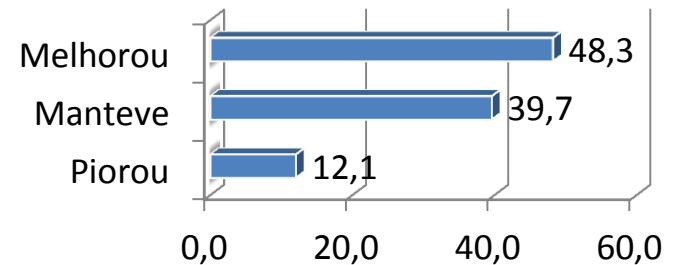
Hábitos e avaliações do turista

A maior parte dos turistas (69%) participava do evento pela primeira vez. Dentre o terço de turistas que já havia participado de edições anteriores, parte considerável (48,3%) considerou que o evento atual “melhorou” se comparado a edições anteriores, seguido pelos que consideraram que o evento atual manteve a mesma qualidade do anterior (39,7%).

Esta é a primeira vez que participa deste evento?		
	Frequência	Percentual
Sim	129	69,0
Não	58	31,0
Total	187	100,0



Se comparado com edições anteriores, qual é a sua avaliação sobre esta edição do evento?		
	Frequência	Percentual
Melhorou	28	48,3
Manteve	23	39,7
Piorou	7	12,1
Total	58	100,0

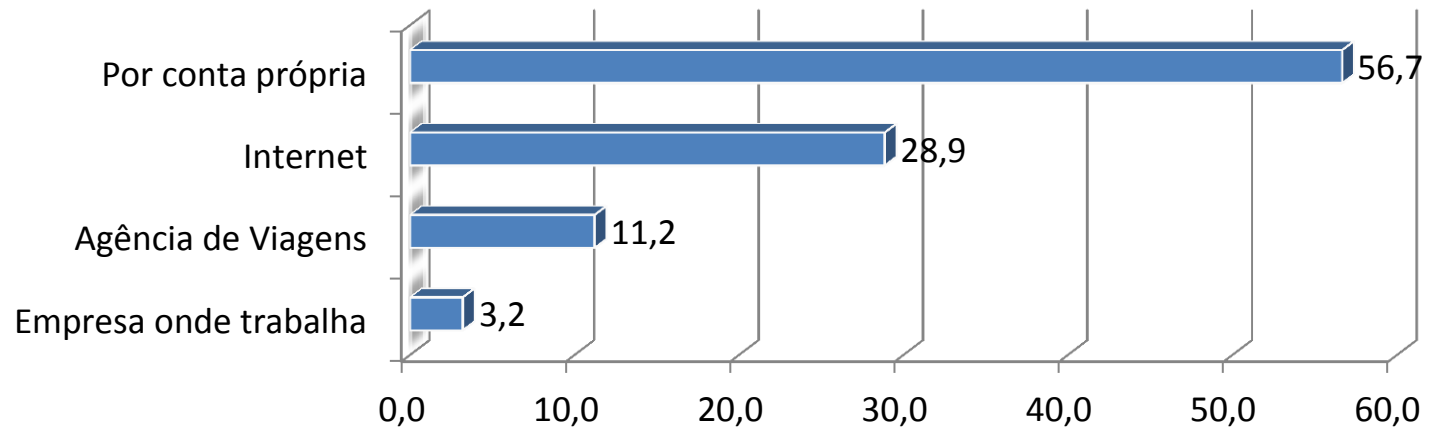


Hábitos e avaliações do turista

A maior parte dos turistas organizou sua viagem por conta própria (56,7%) e parte considerável pela internet (28,9%).

Como organizou sua viagem?		
	Frequência	Percentual
Internet	54	28,9
Agência de Viagens	21	11,2
Empresa onde trabalha	6	3,2
Outro	106	56,7
Total	187	100,0

Outro meio - qual?		
	Frequência	Percentual
Por conta Própria	106	56,7
Total	106	56,7

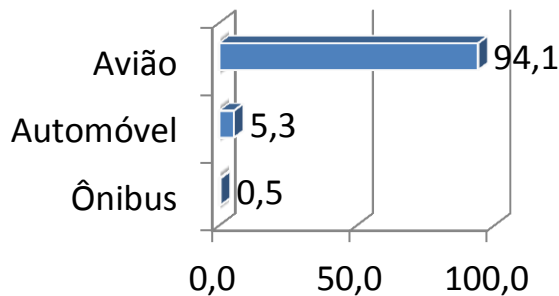


Hábitos e avaliações do turista

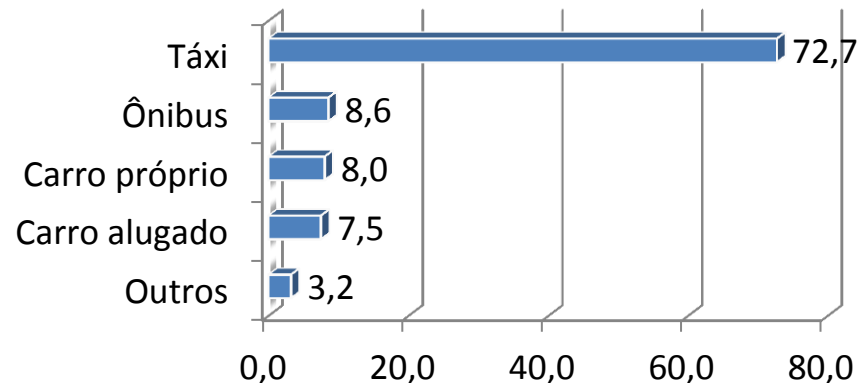
A grande maioria dos turistas (94,1%) chegou ao Espírito Santo de avião e elegeu o táxi como meio de transporte para deslocar-se na cidade do evento (72,7%).



Meio de transporte utilizado para chegar ao ES		
	f	%
Avião	176	94,1
Automóvel	10	5,3
Ônibus	1	0,5
Total	187	100,0



Qual meio de transporte que utiliza na cidade do evento?		
	f	%
Táxi	136	72,7
Ônibus	16	8,6
Carro próprio	15	8,0
Carro alugado	14	7,5
Outros	6	3,2
Total	187	100,0

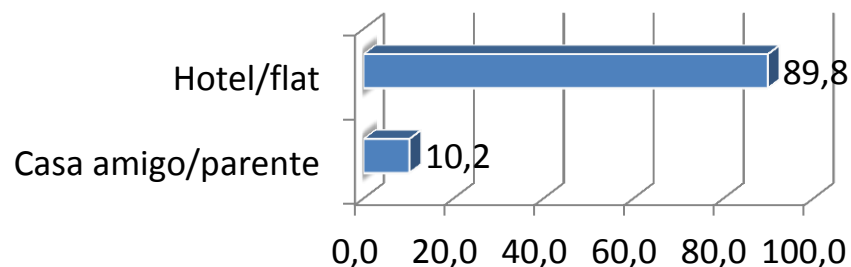


Outros meios - quais?		
	f	%
A pé	3	1,6
Transfer	1	0,5
Van	1	0,5
Não informou	1	0,5
Total	6	3,2

Hábitos e avaliações do turista

A maior parte dos turistas (89,8%) utilizou como meio de hospedagem “hotel/flat”, e os demais 10,2% hospedaram-se em “casa de amigo/parente”.

Qual o meio de hospedagem o(a) Sr.(a) está utilizando?		
	Frequência	Percentual
Hotel/flat	168	89,8
Casa amigo/parente	19	10,2
Total	187	100,0



Hábitos e avaliações do turista

22

Os turistas hospedados em “hotel/flat” avaliaram positivamente as instalações e serviços dos estabelecimentos. A maior parte dos turistas avaliou como boa a “qualidade do atendimento” e a “hospitalidade”. A “qualidade das instalações”, “padrões de conforto” e “qualidade do restaurante” foram qualificadas de boas a ótimas pela maior parte dos turistas.

Se marcou "hotel/flat" ou "pousada", qualifique:

	Ótimo		Bom		Regular		Ruim		Péssimo		Não sabe		Total		
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
Qualidade das instalações	49	29,2	75,0	44,6	34	20,2	10	6,0	0,0	0	0	0	0	168	100
Padrões de conforto	43	25,6	78	46,4	34	20,2	13	7,7	0,0	0	0	0	0	168	100
Qualidade do restaurante	37	22,0	71	42,3	27	16,1	12	7,1	2	1,2	19	11,3	168	100	
Qualidade no atendimento	53	31,5	98	58,3	13	7,7	3	1,8	1	0,6	0	0	168	100	
Hospitalidade	53	31,5	97	57,7	18	10,7	0	0,0	0	0,0	0	0	168	100	

Hábitos e avaliações do turista

Dentre os turistas que qualificaram como “ruim” ou “péssimo” algum dos serviços oferecidos pelos hotéis/flats, parte considerável (39,3%) justificou sua avaliação pelo “café da manhã pouco variado”.

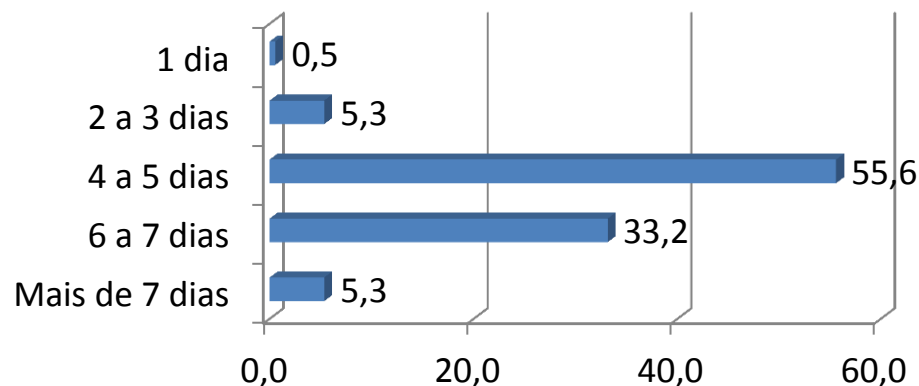
Se ruim ou péssimo, justifique:		
	Frequência	Percentual
Café da manhã pouco variado	11	39,3
Quartos pequenos	3	10,7
Banheiro precário	2	7,1
Falta de frigobar nos quartos	2	7,1
Falta de restaurante no hotel	2	7,1
Atendimento precário	1	3,6
Camas ruins	1	3,6
Decoração antiquada	1	3,6
Elevador funciona mal	1	3,6
Falta de telefone nos quartos	1	3,6
Hotel velho	1	3,6
Má conservação dos quartos	1	3,6
Serviço de quarto inexistente	1	3,6
Total de respostas	28	100,0

* Alguns respondentes justificaram este serviço com mais de uma resposta.

Hábitos e avaliações do turista

A grande maioria dos turistas ficou hospedada em Vitória por um período de 4 a 7 dias. O período de estadia da maior parte dos turistas (55,6%) foi de 4 a 5 dias, e o de parte considerável dos turistas (33,2%) foi de 6 a 7 dias.

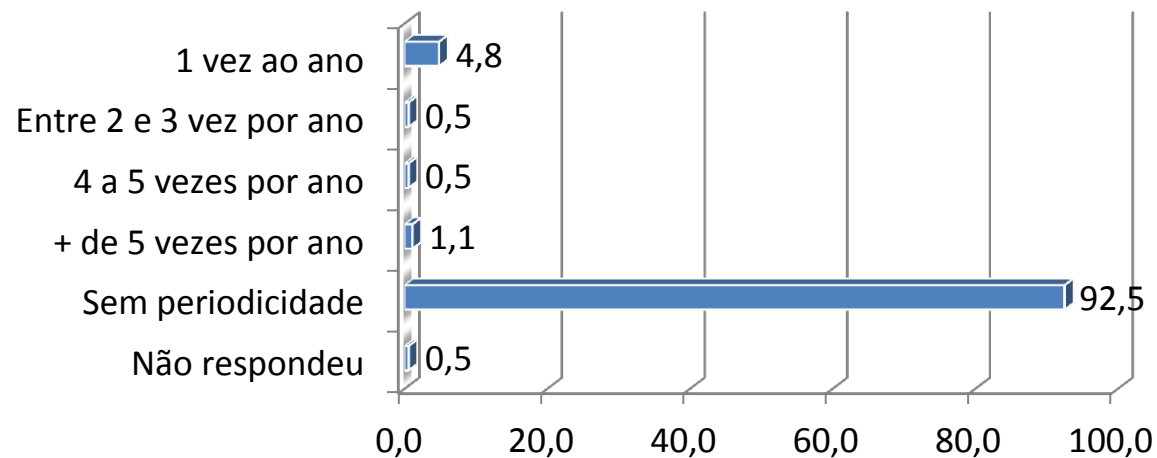
Qual tempo de sua estada em Vitória?		
	Frequência	Percentual
1 dia	1	0,5
2 a 3 dias	10	5,3
4 a 5 dias	104	55,6
6 a 7 dias	62	33,2
Mais de 7 dias	10	5,3
Total	187	100,0



Hábitos e avaliações do turista

A grande maioria dos turistas (92,5%) se desloca a Vitória sem periodicidade.

Periodicidade que vem a Vitória?		
	Frequência	Percentual
1 vez ao ano	9	4,8
Entre 2 e 3 vez por ano	1	0,5
4 a 5 vezes por ano	1	0,5
+ de 5 vezes por ano	2	1,1
Sem periodicidade	173	92,5
Não respondeu	1	0,5
Total	187	100,0

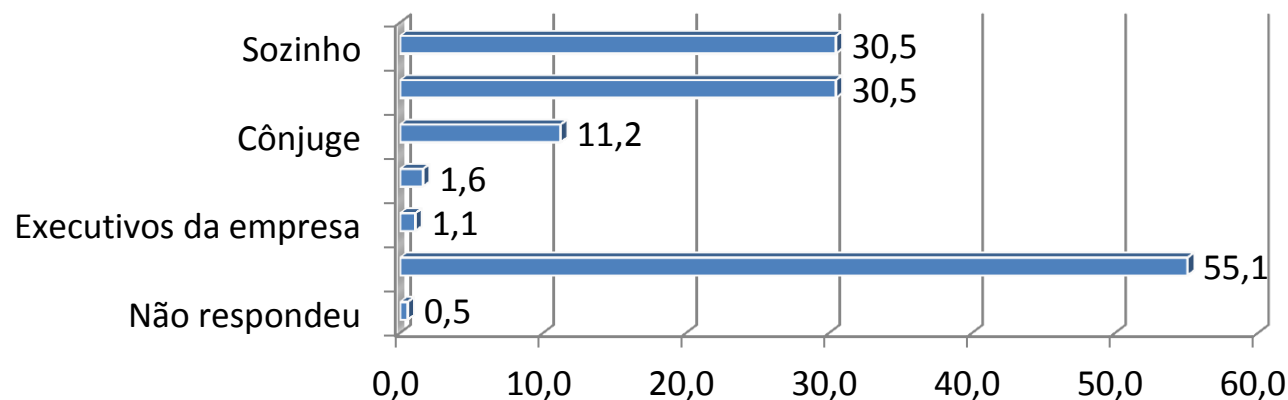


Hábitos e avaliações do turista

A maior parte dos turistas viajava na companhia de amigos (51,3%), seguido por um percentual considerável que viajava sozinho (30,5%).

Quem lhe acompanha na viagem?		
	Frequência	Percentual
Sozinho	57	30,5
Cônjuge	21	11,2
Filhos	3	1,6
Executivos da empresa	2	1,1
Outros	103	55,1
Não respondeu	1	0,5
Total	187	100,0

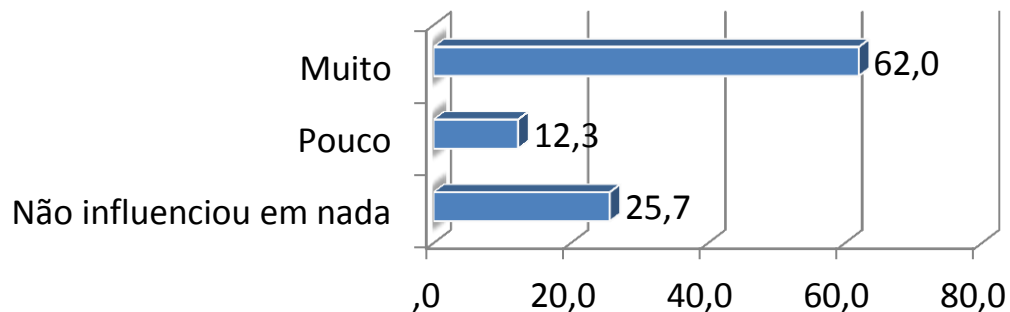
Outros - quem?		
	Frequência	Percentual
Amigos	96	51,3
Família	7	3,7
Total	103	55,1



Hábitos e avaliações do turista

A decisão da maioria dos turistas (62%) de deslocar-se até Vitória foi muito influenciada pelo fato de a cidade sediar o Congresso. Já para um quarto dos turistas o fato de Vitória sediar o evento não teria influenciado em nada sua decisão de viajar à Vitória.

O fato de Vitória sediar este evento influenciou na sua decisão de vir à cidade?		
	Frequência	Percentual
Muito	116	62,0
Pouco	23	12,3
Não influenciou em nada	48	25,7
Total	187	100,0



Hábitos e avaliações do turista

A média dos gastos dos turistas com hospedagem foi de R\$699,35, com alimentação de R\$346,99, com diversão de R\$323,25, com compras de R\$802,31 e com demais gastos de R\$234,78. A média total dos gastos dos turistas durante a estadia em vitória foi de R\$2.406,68.

Qual o seu gasto total aproximado no ES com:

	Hospedagem		Alimentação		Diversão		Compras		Demais gastos	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Não possui gastos	47	25,1	14	7,5	27	14,4	92	49,2	117	62,6
Até R\$200,00	14	7,5	61	32,6	72	38,5	39	20,9	49	26,2
De R\$201,00 a R\$400,00	37	19,8	75	40,1	46	24,6	18	9,6	13	7,0
De R\$401,00 a R\$600,00	37	19,8	24	12,8	32	17,1	15	8,0	4	2,1
De R\$601,00 a R\$800,00	9	4,8	8	4,3	6	3,2	4	2,1	1	0,5
De R\$801,00 a R\$1000,00	21	11,2	3	1,6	3	1,6	5	2,7	2	1,1
Mais de R\$1000,00	22	11,8	2	1,1	1	0,5	14	7,5	1	0,5
Total	187	100,0	187	100,0	187	100,0	187	100,0	187	100,0

Média Hospedagem	R\$ 699,35
Média Alimentação	R\$ 346,99
Média Diversão	R\$ 323,25
Média Compras	R\$ 802,31
Média demais gastos	R\$ 234,78
Soma das médias:	R\$ 2.406,68

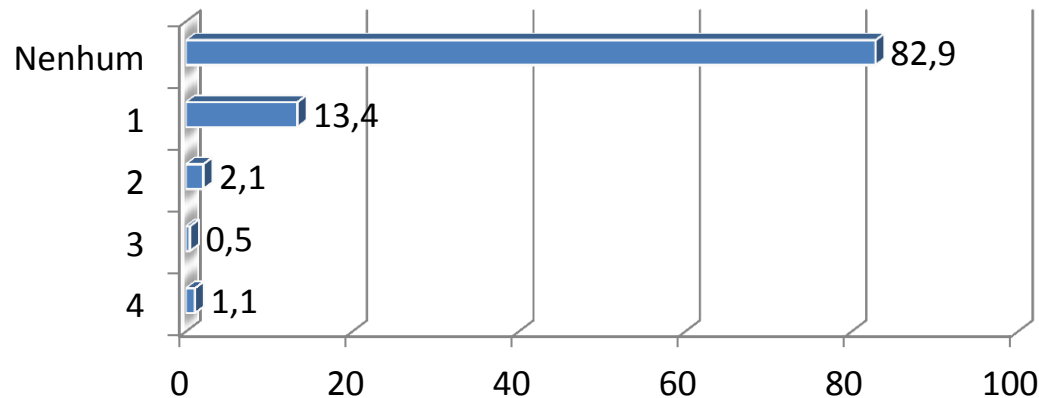
Hábitos e avaliações do turista

De modo geral os turistas não viajavam acompanhados de dependentes ou não os incluíram nos gastos acima mencionados.

Quantos dependentes vieram com o(a) Sr.(a) e estão incluídos nos gastos da questão anterior?

	Frequência	Percentual
Nenhum	155	82,9
1	25	13,4
2	4	2,1
3	1	0,5
4	2	1,1
Total	187	100,0

Média = 1,4

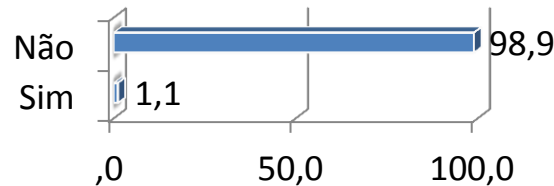


Hábitos e avaliações do turista

A grande maioria dos turistas (98,9%) não realizou receptivo durante sua estadia em Vitória. A principal razão da não utilização do serviço foi o fato de terem se deslocado a Vitória exclusivamente por conta do evento. As agências que forneceram serviço de receptivo aos dois turistas que o utilizaram foram: Formatur e Tour Line.



O Sr.(a) realizou "receptivo" durante sua estada nesta cidade?		
	Frequência	Percentual
Não	185	98,9
Sim	2	1,1
Total	187	100,0



Se SIM, qual o nome da agência:		
	Frequência	Percentual
Formatur	1	0,5
Tour Line	1	0,5
Total	2	1,1

Se NÃO, por quê?		
	f	%
Estou aqui pelo evento	147	79,5
Amigo/parente conhece a cidade	8	4,3
Conhece a cidade	5	2,7
Está com carro locado	5	2,7
Está com carro próprio	5	2,7
Não tenho interesse	4	2,2
Falta de tempo	3	1,6
Não foi oferecido	3	1,6
Está por conta do evento	2	1,1
Está em casa de parentes	1	0,5
Usou taxi	1	0,5
Vim por conta própria	1	0,5
Total	185	100,0



Hábitos e avaliações do turista

De modo geral, os dois turistas que utilizaram serviço de receptivo o avaliaram positivamente. Ambos qualificaram como “bom” as “empresas prestadoras de receptivo”, os “passeios/roteiros oferecidos” e a “qualidade dos serviços”. O “equipamento de transporte utilizado” foi considerado “bom” por um dos turistas e “regular” por parte do outro. Já a “atenção e atendimento” foram qualificados como “ótimo” por um dos turistas e como “bom” por outro.

Qualifique o receptivo utilizado na cidade:

	Ótimo		Bom		Regular		Total	
	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%
Empresas prestadoras de receptivo	0	0	2	100	0	0	2	100
Passeios/roteiros oferecidos	0	0	2	100	0	0	2	100
Qualidade dos serviços	0	0	2	100	0	0	2	100
Equipamento de transporte utilizado	0	0	1	50	1	50	2	100
Atenção e atendimento	1	50	1	50	0	0	2	100

Hábitos e avaliações do turista

32

Os serviços e atrativos utilizados na cidade de Vitória, tais como “limpeza urbana”, “transportes”, “táxi”, “fluidez no trânsito”, “acesso aos atrativos turísticos”, “atendimento nos atrativos turísticos” e “gastronomia local” foram avaliados positivamente pelos turistas. A maior parte dos turistas, dentre os que souberam avaliar os serviços e atrativos, os qualificaram como bons.

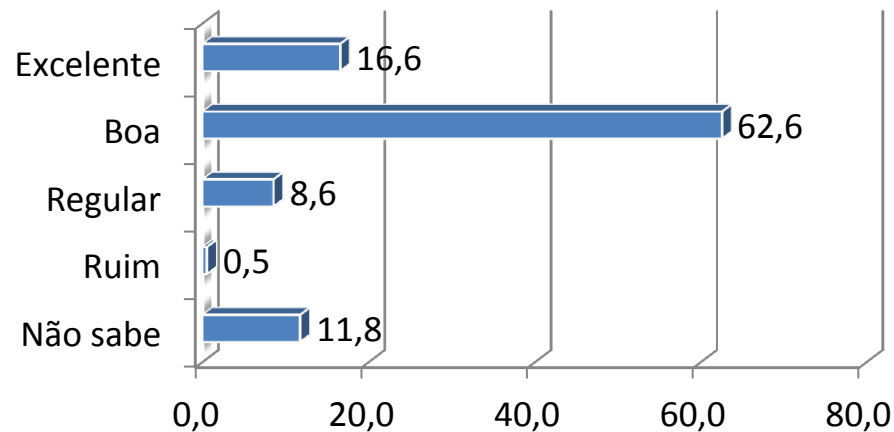
Avalie os serviços ou atrativos utilizados na cidade de Vitória:

	Ótimo		Bom		Regular		Ruim		Péssimo		Não sabe		Total	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Limpeza urbana	58	31	108	57,8	17	9,1	1	0,5	2	1,1	1	0,5	187	100
Transportes em Vitória	40	21,4	104	55,6	13	7,0	7	3,7	1	0,5	22	11,8	187	100
Táxi	39	20,9	105	56,1	13	7,0	6	3,2	1	0,5	23	12,3	187	100
Fluidez no trânsito	45	24,1	106	56,7	25	13,4	5	2,7	4	2,1	2	1,1	187	100
Acesso aos atrativos turísticos	16	8,6	62	33,2	10	5,3	1	0,5	1	0,5	97	51,9	187	100
Atendimento nos atrativos turísticos	15	8,0	53	28,3	13	7,0	1	0,5	1	0,5	104	55,6	187	100
Gastronomia local	55	29,4	102	54,5	8	4,3	2	1,1	1	0,5	19	10,2	187	100

Hábitos e avaliações do turista

A maior parte dos turistas (62,6%) tem uma “boa” impressão de Vitória enquanto destino de negócios.

A sua impressão geral de Vitória enquanto destino de negócios é:		
	Frequência	Percentual
Excelente	31	16,6
Boa	117	62,6
Regular	16	8,6
Ruim	1	0,5
Não sabe	22	11,8
Total	187	100,0

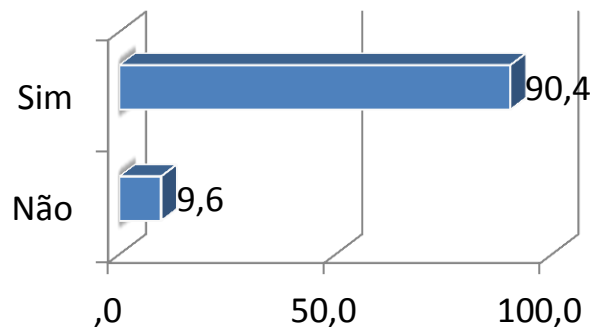


Hábitos e avaliações do turista

A grande maioria dos turistas (90,4%) pretende retornar a Vitória por motivo de lazer. Dentre os 9,6% dos turistas que não pretende retornar à cidade à lazer, as principais razões são: o fato de não terem gostado da orla da praia de Vitória, o fato de não ter atrativos turísticos e poucas opções de lazer e por preferirem o litoral nordestino.



Pretende retornar à Vitória por motivo de lazer?		
	Frequência	Percentual
Sim	169	90,4
Não	18	9,6
Total	187	100,0



Se NÃO, por quê?		
	f	%
Não gostei da orla da praia de Vitória	2	11,1
Não tem atrativos turísticos	2	11,1
Poucas opções de lazer	2	11,1
Prefere o Nordeste e seu litoral	2	11,1
Como já conheci, prefiro conhecer outros lugares	1	5,6
Conheço lugares melhores com mais opções de turismo	1	5,6
Dificuldade de transporte, alimentação cara.	1	5,6
Falta receptividade	1	5,6
Não sabe dizer	1	5,6
Pela dificuldade de acesso, não tem vôo direto	1	5,6
Pois as mulheres são muito metidas	1	5,6
Pois não viu nada que agradou	1	5,6
Poucos atrativos	1	5,6
Tem lugares melhores ao redor do mundo	1	5,6
Total	18	100

Considerações finais

A presente pesquisa teve por objetivos traçar o perfil dos participantes de eventos no Espírito Santo; quantificar o percentual de turistas por evento; identificar a origem e o tempo de permanência do turista no Estado; avaliar a opinião do turista a respeito do receptivo utilizado e infraestrutura local e quantificar o gasto médio dos turistas. Para tal, foram realizadas 200 entrevistas *in loco*, entre os dias 7 e 9 de setembro de 2011, durante a realização do XXI Congresso Brasileiro de Cirurgia e Traumatologia Buco-Maxilo-Facial em Vitória, ES.

A pesquisa foi realizada entre os freqüentadores do encontro, classificados em dois públicos: turistas - que nesse caso é a pessoa que permanecer, pelo menos, 24 horas ou ter, ao menos, um pernoite na cidade - e visitantes.

93,5% dos entrevistados enquadraram-se na categoria turistas. Os 6,5% restantes estavam visitando a feira por um dia apenas ou retornando às suas próprias residências para o pernoite.



21º COBRAC
Vitória-ES 2011



Considerações finais

A grande maioria dos visitantes é de Vitória, sendo os demais de Vila Velha ou Aracruz. Dentre os locais de origem dos turistas destacam-se as cidades do Rio de Janeiro, Salvador e São Paulo e os estados de São Paulo, Rio de Janeiro e Bahia. A grande maioria dos turistas é brasileira. Dentre os três turistas estrangeiros 2 eram venezuelanos e 1 angolano.

O número de entrevistados do sexo masculino prevaleceu sobre o feminino tanto entre os visitantes quanto entre os turistas, sendo que dentre estes últimos a diferença do percentual foi ainda mais significativa.

De modo geral o público entrevistado possui de 19 a 35 anos. Dentre os visitantes, a maioria possui entre 19 e 25 anos, já entre os turistas, percentual mais significativo está situado na faixa etária de 26 a 35 anos, seguido pela faixa dos 19 aos 25 anos.

A maior parte dos entrevistados, tanto visitantes quanto turistas, é solteira.



Considerações finais

Os entrevistados, turistas e visitantes, possuem em sua maioria ensino superior completo e parte considerável dos visitantes possui ensino superior incompleto.

A maior parte dos entrevistados são autônomos ou profissionais liberais. Dentre os turistas destacaram-se também as ocupações “funcionário público ou de empresa pública” e “estudante”. A ocupação “estudante” também foi significativa entre os visitantes.

A maior parte dos turistas tem renda média individual de até 10 salários mínimos (R\$5.450,00), já entre os visitantes, a maior parte recebe até 15 salários mínimos (R\$8.175,00). Para ambos os públicos, houve maior concentração entre os que recebem até 3 salários mínimos R\$1.635,00.

De modo geral, “escola/universidade” destacou-se como principal fonte de informação sobre a realização do evento. Além desta, destacou-se entre os turistas a “internet” e entre os visitantes “convite” e “parentes/amigos).



21º COBRAC
Vitória-ES 2011



Considerações finais

As instalações e serviços do local do evento foram qualificados bastante positivamente. A maioria dos entrevistados qualificou como bons a “organização do evento”, “sinalização”, “segurança” e o “grau de satisfação geral com o evento”. A “limpeza geral”, “instalações sanitárias” e “estacionamento” foram avaliados pela maioria dos entrevistados que souberam avaliá-los de bons a ótimos.

A maior parte dos turistas participava do evento pela primeira vez. Dentre o terço de turistas que já havia participado de edições anteriores, parte considerável afirmou que o evento atual “melhorou” se comparado a edições anteriores, seguido pelos que consideraram que o evento atual manteve a mesma qualidade do anterior.

A maior parte dos turistas organizou sua viagem por conta própria e parte considerável pela internet. Eles chegaram ao Espírito Santo, em sua maioria, de avião e utilizaram táxi para deslocar-se na cidade do evento.



21º COBRAC
Vitória-ES 2011



Considerações finais

39

A maior parte dos turistas utilizou como meio de hospedagem “hotel/flat”, e os demais 10,2% hospedaram-se em “casa de amigo/parente”. Os turistas hospedados em “hotel/flat” avaliaram positivamente as instalações e serviços dos estabelecimentos. A maior parte dos turistas avaliou como boa a “qualidade do atendimento” e a “hospitalidade”. A “qualidade das instalações”, “padrões de conforto” e “qualidade do restaurante” foram qualificadas de boas a ótimas pela maior parte dos turistas. Dentre os turistas que qualificaram como “ruim” ou “péssimo” algum dos serviços oferecidos pelos hotéis/flats, parte considerável justificou sua avaliação pelo “café da manhã pouco variado”.

A grande maioria dos turistas ficou hospedada em Vitória por um período de 4 a 7 dias. O período de estadia da maior parte dos turistas foi de 4 a 5 dias, e o de parte considerável dos turistas foi de 6 a 7 dias.

A maioria dos turistas se desloca a Vitória sem periodicidade e viajava na companhia de amigos, seguido por um percentual considerável que viajava sozinho.



Considerações finais

A média dos gastos dos turistas com hospedagem foi de R\$699,35, com alimentação de R\$346,99, com diversão de R\$323,25, com compras de R\$802,31 e com demais gastos de R\$234,78. A média total dos gastos dos turistas durante a estadia em Vitória foi de R\$2.406,68. De modo geral os turistas não viajavam acompanhados de dependentes ou não os incluíram nos gastos mencionados.

A decisão da maioria dos turistas de deslocar-se até Vitória foi muito influenciada pelo fato de a cidade sediar o Congresso. Já para um quarto dos turistas o fato de Vitória sediar o evento não teria influenciado em nada sua decisão de viajar à Vitória.

A grande maioria dos turistas não realizou receptivo durante sua estadia em Vitória. A principal razão da não utilização do serviço foi o fato de terem se deslocado a Vitória exclusivamente por conta do evento. As agências que forneceram serviço de receptivo aos dois turistas que o utilizaram foram: Formatur e Tour Line.



21º COBRAC
Vitória-ES 2011



Considerações finais

De modo geral, os dois turistas que utilizaram serviço de receptivo o avaliaram positivamente. Ambos qualificaram como “bom” as “empresas prestadoras de receptivo”, os “passeios/roteiros oferecidos” e a “qualidade dos serviços”. O “equipamento de transporte utilizado” foi considerado “bom” por um dos turistas e “regular” por parte do outro. Já a “atenção e atendimento” foram qualificados como “ótimo” por um dos turistas e como “bom” por outro.

Os serviços e atrativos utilizados na cidade de Vitória, tais como “limpeza urbana”, “transportes”, “táxi”, “fluidez no trânsito”, “acesso aos atrativos turísticos”, “atendimento nos atrativos turísticos” e “gastronomia local” foram avaliados positivamente pelos turistas. A maior parte dos turistas, dentre os que souberam avaliar os serviços e atrativos, os qualificaram como bons.

A maior parte dos turistas teve uma “boa” impressão de Vitória enquanto destino de negócios.



21º COBRAC
Vitória-ES 2011



Considerações finais

A grande maioria dos turistas pretende retornar a Vitória por motivo de lazer. Dentre os 9,6% dos turistas que não pretendem retornar à cidade a lazer, as principais razões apontadas foram: o fato de não terem gostado da orla da praia de Vitória, o fato de não ter atrativos turísticos e poucas opções de lazer e por preferirem o litoral nordestino.





21º COBRAC
Vitória-ES 2011



meta

pesquisas de opinião

Rua Allan Kardec, 63 – CEP 90680-310, Porto Alegre/RS, Brasil

Fone/Fax (051) 3315-2456

e-mail: meta@metapesquisa.com.br



Cidade de origem - turistas		
	Frequência	Percentual
Rio de Janeiro	23	12,3
Salvador	14	7,5
São Paulo	14	7,5
Brasília	9	4,8
Recife	8	4,3
Porto Alegre	7	3,7
Belo Horizonte	6	3,2
Campo Grande	6	3,2
Maringá	6	3,2
Natal	6	3,2
Belém	5	2,7
Ribeirão Preto	5	2,7
Curitiba	4	2,1
Aracaju	3	1,6
Bauru	3	1,6
Blumenau	3	1,6
Santos	3	1,6
Barquisimeto	2	1,1
Cascavel	2	1,1
Feira de Santana	2	1,1
Fortaleza	2	1,1
Goiania	2	1,1
Joinville	2	1,1
Macapá	2	1,1
Manaus	2	1,1
Pelotas	2	1,1
Piracicaba	2	1,1
Ponta Grossa	2	1,1
São José dos Campos	2	1,1
Uberlândia	2	1,1
Americana	1	0,5
Ananindeua	1	0,5
Araraquara	1	0,5
Baependi	1	0,5
Balneário Camboriú	1	0,5
Brumado	1	0,5
Campina Grande	1	0,5
Campinas	1	0,5
Campos	1	0,5
Caraguatatuba	1	0,5
Caratinga	1	0,5
Colatina	1	0,5
Cuiabá	1	0,5
Cuiabá	1	0,5
Cupira	1	0,5
Diamantina	1	0,5
Eunapolis	1	0,5
Floriano	1	0,5
Florianópolis	1	0,5
Ilheus	1	0,5
Indaial	1	0,5
Ipatinga	1	0,5
João Monlevade	1	0,5
João Pessoa	1	0,5
Londrina	1	0,5
Luanda	1	0,5
Macaé	1	0,5
Maceio	1	0,5
Passo Fundo	1	0,5
Pindamonhangaba	1	0,5
Porto Velho	1	0,5
Rio Preto	1	0,5
São Luis	1	0,5
São Mateus	1	0,5
Teresina	1	0,5
Valença	1	0,5
Total	187	100,0



Estado de origem - turistas		
	Frequência	Percentual
SP	35	18,7
RJ	26	13,9
BA	19	10,2
PR	15	8,0
MG	13	7,0
RS	10	5,3
DF	9	4,8
PE	9	4,8
SC	8	4,3
MS	6	3,2
PA	6	3,2
RN	6	3,2
SE	3	1,6
AM	2	1,1
AP	2	1,1
CE	2	1,1
ES	2	1,1
GO	2	1,1
Lara	2	1,1
MT	2	1,1
PB	2	1,1
PI	2	1,1
AL	1	0,5
Luanda	1	0,5
MA	1	0,5
RO	1	0,5
Total	187	100,0