



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
Secretaria de Turismo

RELATÓRIO ANALÍTICO: PESQUISA DE DEMANDA TURÍSTICA CARNAVAL 2014

Relatório do levantamento realizado durante o período de Carnaval, entre os dias 3 e 5 de março de 2014

***RELATÓRIO DA PESQUISA DE DEMANDA TURÍSTICA:
CARNAVAL 2014***

Cliente:

SECRETARIA DE ESTADO DE TURISMO DO ESPÍRITO SANTO

Empresa Responsável pela Pesquisa:

GMR INTELIGÊNCIA DE MERCADO LTDA

Data:

28/03/2014

Resumo

O presente relatório é a apresentação da pesquisa de demanda turística realizada simultaneamente durante o período de carnaval, em 22 municípios do Estado do Espírito Santo. A pesquisa foi realizada durante os dias 3, 4 e 5 de março de 2014 pela GMR Inteligência de Mercado.

A pesquisa teve como objetivo principal identificar o perfil dos turistas e visitantes do estado, a avaliação da estrutura dos destinos, bem como seu nível de satisfação em relação à utilização dos aparelhos turísticos de cada destino.

A pesquisa ainda realizou contagens nos portais de entrada e saída do estado.

A coleta dos dados ouviram 1.622 pessoas.

SUMÁRIO

1	CENÁRIO.....	5
2	OBJETIVOS DA PESQUISA	8
3	O CAMPO.....	10
4	POPULAÇÃO INVESTIGADA.....	12
5	METODOLOGIA.....	14
6	RESULTADOS DA PESQUISA	18
7	PERFIL DOS RESPONDENTES	19
8	A VIAGEM.....	24
9	RESTAURANTES E HOTÉIS.....	35
10	O DESTINO.....	37
11	GASTO MÉDIO	41
12	CONTAGEM.....	43
13	QUESTIONÁRIO UTILIZADO.....	45
14	OCORRÊNCIAS DE CAMPO	52

CENÁRIO

Na gestão turística, seja esta pública ou privada, as informações são fundamentais para um desenvolvimento equilibrado de um destino. Assim, a criação de uma ferramenta capaz de integrar informações dos diversos setores desta atividade possibilita uma compreensão integral do fenômeno.

Para atender a demanda de informações por parte do trade turístico e dos gestores públicos será necessário que haja um esforço simultâneo por parte dos envolvidos para a alimentação periódica de um sistema de informações baseado em indicadores específicos.

A Pesquisa Turística das Regiões do Estado do Espírito Santo tem por finalidade descrever o perfil do turista que visita o Estado, sendo um instrumento fundamental, norteador para o planejamento das atividades do setor. As Pesquisas Segmentadas são fundamentais para orientação e planejamento, uma vez que, através dela pode-se dimensionar o fluxo, perfil, motivo e a renda gerada pelo turismo. Destaca-se que cada segmento tem uma particularidade e um perfil específico de turista.

OBJETIVOS DA PESQUISA

A seguir elencamos os objetivos, geral e específico da investigação que foi realizada junto aos visitantes e turistas.

Objetivo Geral

A pesquisa de demanda turística busca quantificar os turistas e identificar seu perfil, hábitos de consumo e a avaliação acerca dos destinos visitados no Estado do Espírito Santo.

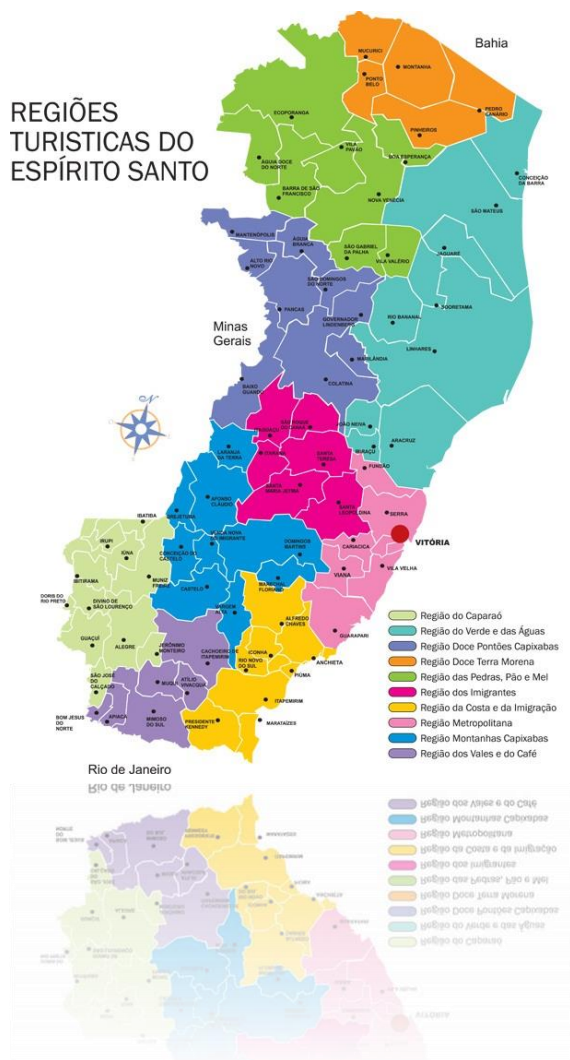
Objetivos Específicos

- Identificação do perfil dos turistas e visitantes no Estado por meio de suas características socioeconômicas;
- Avaliação da infraestrutura turística por parte dos turistas e visitantes;
- Avaliação da infraestrutura do destino por parte dos turistas e visitantes.

O CAMPO

A pesquisa de demanda turística foi realizada em 22 municípios do Espírito Santo de forma simultânea durante os dias 3, 4 e 5 de março de 2014. Foram realizadas entrevistas nos pontos turísticos desses municípios, em terminais rodoviários, na estação ferroviária, rodovias de entrada/saída do estado e também no aeroporto Eurico Salles em Vitória.

Nestes locais se procedeu a aplicação de questionário estruturado, apresentado em item próprio neste documento e contagem de fluxo de automóveis em sete pontos, a saber: São Mateus (BR 101 - Km 56), Safra (BR 101 - Km 411), Itapemirim (ES 490- Posto 8 BTPM), Ibatiba (BR 262 - Km 159), Rodovia do Sol (ES 060- Km 13), Serra (BR 101 - Km 250) e no município de Aimorés no estado de Minas Gerais (BR 259 – 8º RPM).



POPULAÇÃO INVESTIGADA

Nas pesquisas de demanda turística serão investigados dois tipos de visitantes no Estado, utilizando a definição da Organização Mundial do Turismo (OMT): o turista e o excursionista (visitante).

O turista é considerado o visitante temporário, nacional ou estrangeiro, cuja residência permanente é outra que não o local da pesquisa e que permanece neste local pelo menos 24 horas, ou efetue pelo menos um pernoite, permanecendo no local por, no máximo, 365 dias e que não exerça função remunerada na localidade.

O excursionista é considerado o visitante temporário, nacional ou estrangeiro, cuja residência permanente é outra que não o local da pesquisa e que permanece neste local por, no máximo, 24 horas, sem realizar pernoite e que não exerça função remunerada na localidade.

METODOLOGIA

A pesquisa contou com uma abordagem quantitativa com a aplicação de questionário estruturado de forma presencial (*face to face*). O questionário utilizado encontra-se ao final deste relatório, em capítulo próprio. Além disso, se promoveu a contagem dos veículos nas rodovias de entrada e saída do estado.

O período de realização das entrevistas – período de campo – compreendeu as seguintes datas de 03/03/2014 a 05/03/2014.

Na tabela (Tabela 1) apresentamos a distribuição das entrevistas entre os diferentes pontos de coleta.

Tabela 1 – Distribuição das entrevistas

LOCAL DA COLETA	ENTREVISTAS
Aimorés Rodovia BR259	31
Anchieta Pontos Turísticos	52
Anchieta Terminal Rodoviário	22
Aracruz Pontos Turísticos	51
Cachoeiro de Itapemirim Terminal Rodoviário	21
Cariacica Estação Ferroviária	21
Conceição da Barra Pontos Turísticos	48
Conceição da Barra Terminal Rodoviário	20
Domingos Martins Pontos Turísticos	53
Domingos Martins Terminal Rodoviário	21
Dores do Rio Preto Pontos Turísticos	52
Fundão Pontos Turísticos	40
Guarapari Pontos Turísticos	102
Guarapari Terminal Rodoviário	22
Ibatiba Rodovia BR262	30
Itapemirim Rodovia BR101	31
Itapemirim Rodovia ES490	29
Linhares Pontos Turísticos	51
Marataízes Pontos Turísticos	51
Marataízes Terminal Rodoviário	24
Mucurici Pontos Turísticos	49
Piúma Terminal Rodoviário	21
Santa Teresa Terminal Rodoviário	21
São Mateus Pontos Turísticos	55
São Mateus Rodovia BR101	29
São Mateus Terminal Rodoviário	19
Serra Pontos Turísticos	102
Serra Rodovia BR101	27
Venda Nova do Imigrante Pontos Turísticos	50
Vila Velha Pontos Turísticos	112
Vila Velha Rodovia ES060	24
Vila Velha Terminal Rodoviário	21
Vitória Aeroporto	200
Vitória Pontos Turísticos	101
Vitória Terminal Rodoviário	19
TOTAL	1.622

Na tabela anterior (Tabela 1) indicamos os municípios e os locais das entrevistas de forma sumarizada. Os pontos turísticos foram agrupados sob a denominação "Pontos Turísticos", para diferenciar dos terminais rodoviários, rodovias e aeroporto. Abaixo apresentamos, por município, a localização das coletas. Os locais onde foram realizadas as coletas estão especificados a seguir.

1. **Anchieta:** Iriri, Igreja e Museu Padre Anchieta e Ubu (Praia dos Castelhanos);
2. **Aracruz:** Santa Cruz, Barra do Sahy/Sauê e Praia dos Padres;
3. **Conceição da Barra:** Itaúnas, Praia de Riacho Doce e Praia da Barra;
4. **Domingos Martins:** Rua de Lazer (Rua João Batista Wenersbach); Praça Arthur Gerhart, Parque Estadual de Pedra Azul e Parque do China;
5. **Dores do Rio Preto:** Parque Nacional do Caparaó, Pedra Menina, Patrimônio da Penha;
6. **Fundão:** Praia Grande;
7. **Guarapari:** Praia do Morro, Meaípe, Praia de Setiba e Enseada Azul/Bacutia;
8. **Itapemirim:** Praia de Itaoca e Praia de Itaipava;
9. **Mucurici:** Balneário de Mucurici e Museu do Contestado;
10. **Santa Teresa:** Rua de Lazer e Museu de Biologia Professor Mello Leitão;
11. **São Mateus:** Praia de Guriri, Sítio Histórico do Porto de São Mateus e Praia de Barra Nova;
12. **Serra:** Lagoa Juara, Nova Almeida, Praia de Manguinhos, Igreja e Residência dos Reis Magos;
13. **Venda Nova do Imigrante:** Empreendimentos de agroturismo: Fazenda Carnieli, Fazendo Lorenzon e Fazenda Saúde;
14. **Vila Velha:** Barra do Jucu, Praia da Costa/Itapuã/Itaparica e Convento da Penha;
15. **Vitória:** Centro Histórico, Curva da Jurema/Ilha do Boi, Ilha das Caieiras e Paneleiras de Goiabeiras;
16. **Linhares:** Regência e Barra Seca;
17. **Marataízes:** Lagoa do Siri e Praia do Centro

A seguir, indicamos as rodovias onde ocorreram as contagens do fluxo de automóveis e abordagem de turistas.

- **BR – 101:**

 - Posto 2 (Norte), Km 56, no município de São Mateus;

 - Posto 2 (Sul), Km 411, no município de Itapemirim;

 - Posto 1 (Norte), Km 250, no município de Serra.

- **BR – 262:**

 - Posto 2, Km 159, no município de Ibatiba.

- **BR – 259:**

 - 6º Batalhão de Polícia Militar / 8º RPM, no município de Aimorés/MG.

- **ES – 060:**

 - Posto 6, Km 13, no município de Vila Velha.

- **ES – 490:**

 - Posto 8, no município de Itapemirim.

RESULTADOS DA PESQUISA

PERFIL DOS RESPONDENTES

Durante a realização do evento, a equipe de pesquisadores da GMR Inteligência de Mercado, abordava os presentes nos locais pré-determinados para a coleta e aplicava o questionário aprovado, seguindo os padrões técnicos recomendados para esta coleta de dados (Padrão ESOMAR¹/ABEP²).

Procedimentos foram estabelecidos para se manter a aleatoriedade da amostra. Os pesquisadores começavam uma abordagem 10 minutos após o término da entrevista anterior. Procedimentos semelhantes foram adotados nas abordagens em locais fechados, tais como aeroporto, ferroviária e terminais rodoviários. Nestes locais, logicamente, concentravam-se um grande número de turistas, ainda mais se considerarmos a data em que a pesquisa foi realizada, em pleno retorno de Carnaval.

As pessoas eram abordadas e, em uma pergunta filtro, era perguntado sobre o seu local de moradia permanente. Caso respondessem que residiam no município da abordagem eram prontamente descartados e o pesquisador partia para uma nova abordagem. Além disso, era perguntado sobre o número de pernoites realizados no município da abordagem (a exceção foi feita para as abordagens nos terminais de rodoviários, ferroviários e aeroportuários). A entrevista só foi realizada nos casos quando o respondente atendia aos critérios estabelecidos pelo filtro.

Em relação ao gênero tivemos uma distribuição com 56% dos respondentes masculinos e 44% do feminino.

Em relação ao estado civil, o maior percentual era de casados, com 53%. Logo em seguida tínhamos os solteiros, com 40%. Separados e viúvos completavam o perfil da amostra com: 4% e 3%, respectivamente.

O perfil da amostra apontava para um respondente maduro com 40,4 anos, em média, de idade e com uma mediana de 39 anos. Depreende-se dos números citados também uma homogeneidade no perfil, neste quesito.

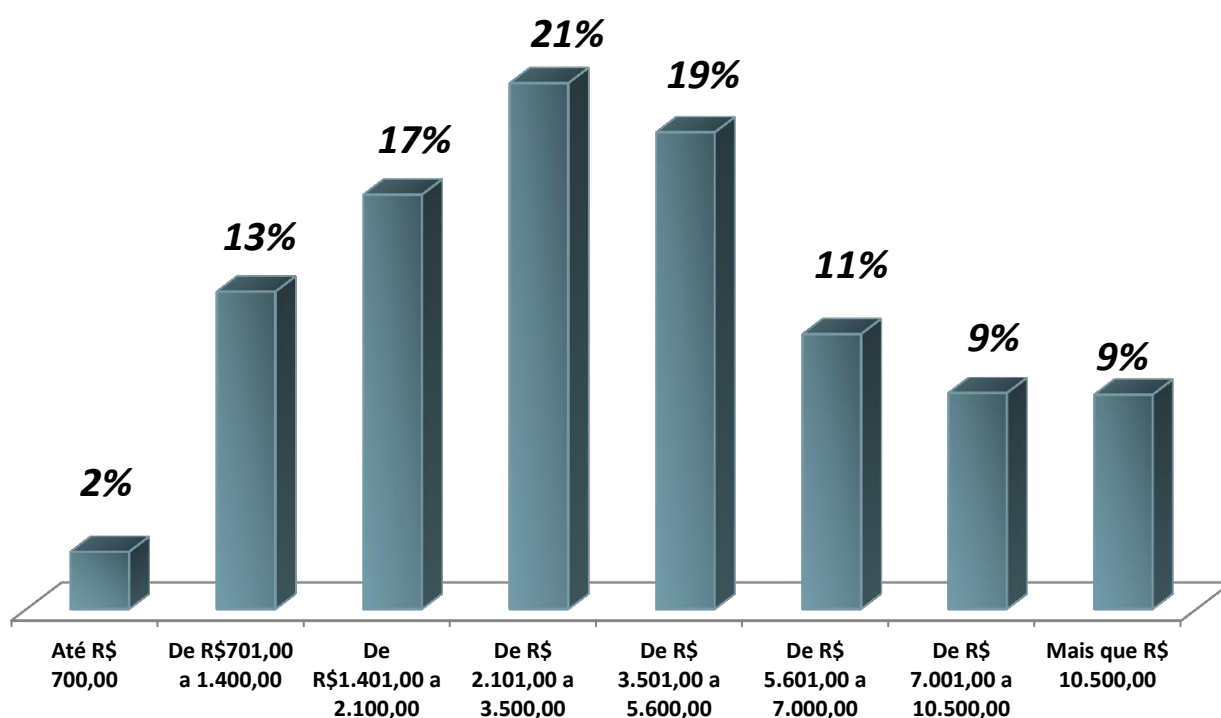
Quanto ao nível de instrução informado, tínhamos 66% da amostra com o nível médio, 27% com ensino superior, 10% Informaram ser pós-graduados, 16% afirmaram só possuir o nível fundamental de ensino e o número de pessoas com formação técnica foi de 1%.

¹ *European Society for Opinion and Marketing Research.*

² Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa.

Em relação à renda familiar tivemos uma taxa de não-resposta (recusa ou desconhecimento) de 6%. Este é um valor considerado baixo para questões desta natureza em procedimentos de pesquisa semelhante. A distribuição da renda informada se encontra a seguir no Gráfico 1.

Gráfico 1 – Renda Familiar



Podemos verificar que a renda familiar informada se concentrou nas faixas medianas. De R\$ 1.401,00 a R\$ 5.600,00 concentrou-se 57% das respostas. Acima de R\$ 7.001,00 tivemos 18%, enquanto que abaixo de R\$ 1.400,00 equivalente a dois salários mínimos - somente 15%.

Em relação à procedência do entrevistado, tivemos uma concentração quase que exclusiva de turistas nacionais com índice de 99,3%, conforme tabela 3, A relação dos países está na tabela 2.

Tabela 2 – Origem dos turistas estrangeiros abordados

PAÍS	FREQUÊNCIA	%
Itália	5	45%
Paraguai	2	18%
Argentina	1	9%
Uruguai	1	9%
Cuba	1	9%
Inglaterra	1	9%

Já dentre os entrevistados de procedência nacional, tivemos representantes de 17 estados além do próprio Espírito Santo. Minas Gerais, Rio de Janeiro e São Paulo detiveram a maior presença em nossa pesquisa. A tabela 3 apresenta a distribuição detalhada de sua origem.

Tabela 3 - Origem dos turistas nacionais abordados

ESTADO	FREQUÊNCIA	%
ES	602	37%
MG	538	33%
RJ	209	13%
SP	128	8%
BA	60	4%
PR	13	1%
DF	11	1%
SC	8	0,5%
GO	7	0,4%
PA	7	0,4%
PE	6	0,4%
RS	6	0,4%
PI	4	0,2%
CE	3	0,2%
MA	3	0,2%
RO	2	0,1%
MT	1	0,1%
RN	1	0,1%

A seguir apresentamos a relação dos municípios dos quatro estados com maior participação no envio de turista ao estado.

Tabela 4.1 - Origem dos turistas do estado de Minas Gerais

MUNICÍPIO	FREQUÊNCIA
Belo Horizonte	164
Governador Valadares	69
Juiz de Fora	31
Ipatinga	23
Contagem	17

Tabela 4.2 - Origem dos turistas do estado do Rio de Janeiro

MUNICÍPIO	FREQUÊNCIA
Rio de Janeiro	100
Campos dos Goytacazes	27
Duque de Caxias	10
Niterói	9
Itaperuna	9

Tabela 4.3 - Origem dos turistas do estado de São Paulo

MUNICÍPIO	FREQUÊNCIA
São Paulo	82
São Bernardo do Campo	8
Santos	5
Campinas	5
São José dos Campos	2

Tabela 4.4 - Origem dos turistas do estado da Bahia

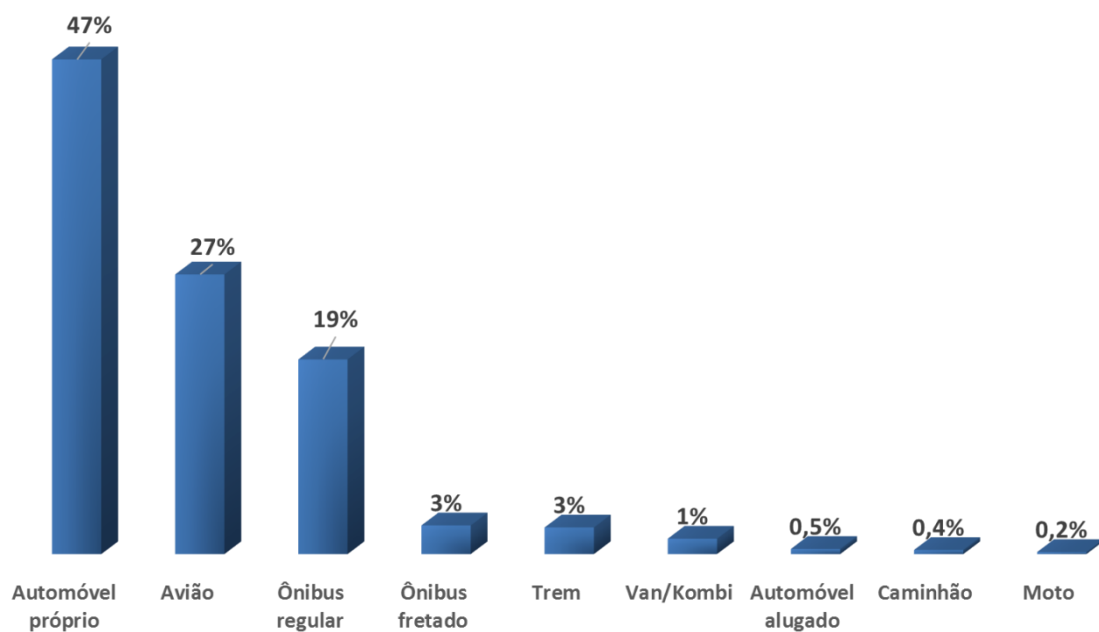
MUNICÍPIO	FREQUÊNCIA
Teixeira de Freitas	14
Salvador	9
Porto Seguro	5
Ilhéus	5
Nova Viçosa	3

A VIAGEM

Um dos blocos de investigação de nossa pesquisa versou sobre as condições e a forma em que a viagem foi realizada.

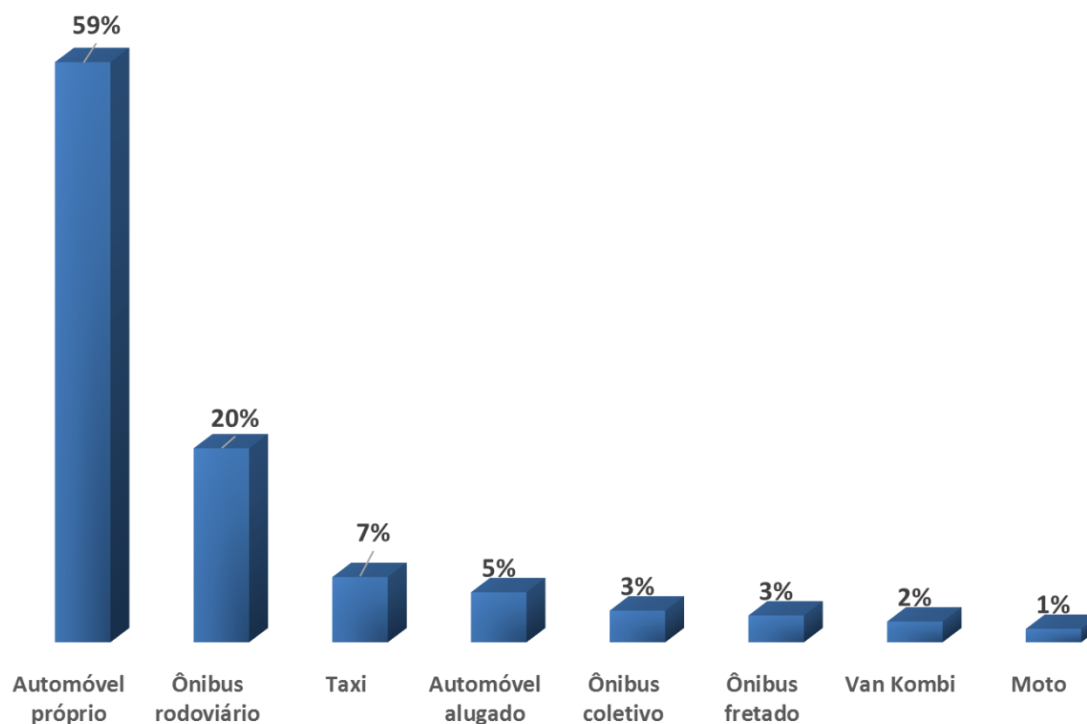
Segundo os entrevistados, e coerente com a sua procedência (local permanente de sua residência), 47% realizou a sua viagem ao Espírito Santo utilizando o automóvel próprio. O segundo modal mais utilizado foi o aéreo com 27%. O detalhamento dos modais, para chegada ao estado e a cidade destino, estão a seguir nos gráficos 2 e 3.

Gráfico 2 – Meio de Transporte para chegar ao Espírito Santo.



No gráfico 3, temos um padrão de resposta coerente ao informado no gráfico 2. Temos a predominância do carro próprio com 59% das menções, a seguir aparece o Ônibus rodoviário com 20%, em terceiro lugar aparece o taxi com 7%. Esse é um modal utilizado em combinação com avião e/ou ônibus rodoviário.

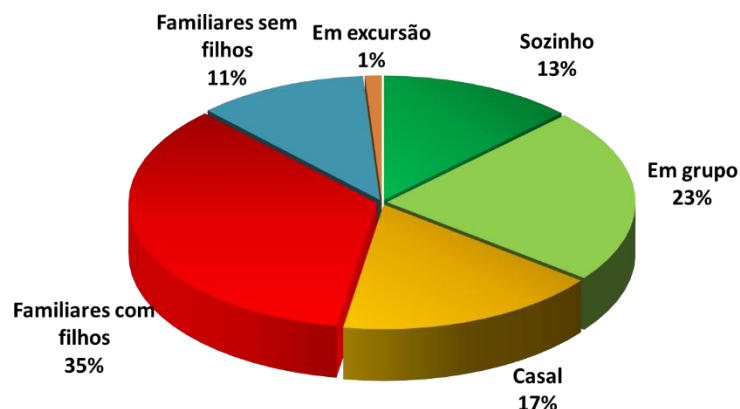
Gráfico 3 – Meio de Transporte para chegar ao Destino.



Devido à pesquisa ter sido realizada em uma data comemorativa de grande impacto no Brasil, a viagem com outros familiares e grupos de amigos já era esperada. Na medição da pesquisa, 46% afirmaram estar viajando com familiar, 24% afirmou estar com um grupo de amigos (Grupo de amigos + excursão), 17% estava acompanhado de seu(sua) companheiro(a) e somente 13% afirmou estar sozinho na viagem em questão.

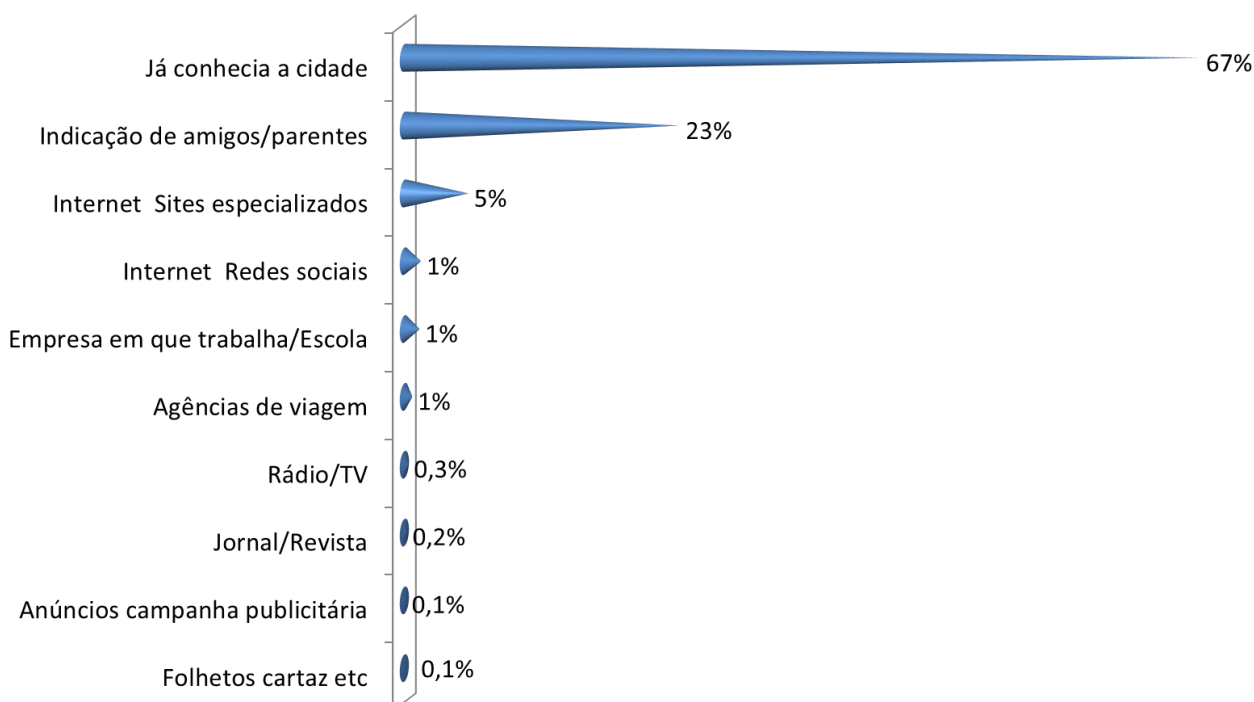
Em média, para os casos que responderam estar viajando acompanhado, o número de acompanhantes era 3,3 pessoas. A mediana obtida para esta variável foi de 3 pessoas.

Gráfico 4 – Viajando com quem?



O gráfico 5, apresenta os meios de informação utilizados para a escolha do destino. Podemos afirmar que 67% dos entrevistados já conheciam a cidade e estava retornando para uma nova temporada. Em seguida temos a indicação de amigos com 23% das citações. Destacamos a importância da comunicação digital no processo, Internet e mídias sociais, com 6%, foram os principais meios citados para obtenção de informações. Quando consideradas apenas os meios, elas duas alcançaram, 57% e 15% das citações, respectivamente.

Gráfico 5 – Qual a principal fonte de informação para escolha do destino?



Quando perguntados sobre o principal motivo para a escolha do destino obtivemos as seguintes respostas:

- 75% Lazer e passeio;
- 20% Rever amigos e/ou familiares;
- 3% Estavam a trabalho;
- 1% Por motivos religiosos (em sua maioria estavam participando de retiros e/ou encontros religiosos) e,
- 1% Sem um motivo definido.

De forma geral a viagem não contou com um planejamento profissional. A análise desta investigação nos mostrou que grande parte dos turistas não comprou produtos turísticos tradicionais, tais como: hospedagem, passagem e pacotes. Quando questionados sobre como ocorreu o planejamento e a compra de produtos turísticos, 95% afirmaram não ter comprado pacote, 94% Não comprou nenhum passeio turístico, 61% afirmaram não ter comprado hospedagem em hotel ou pousada. E por fim, 41% afirmaram ter comprado passagem (aérea ou rodoviária). Este último número está em linha com a pergunta que questionava o modal utilizado para chegar ao destino.

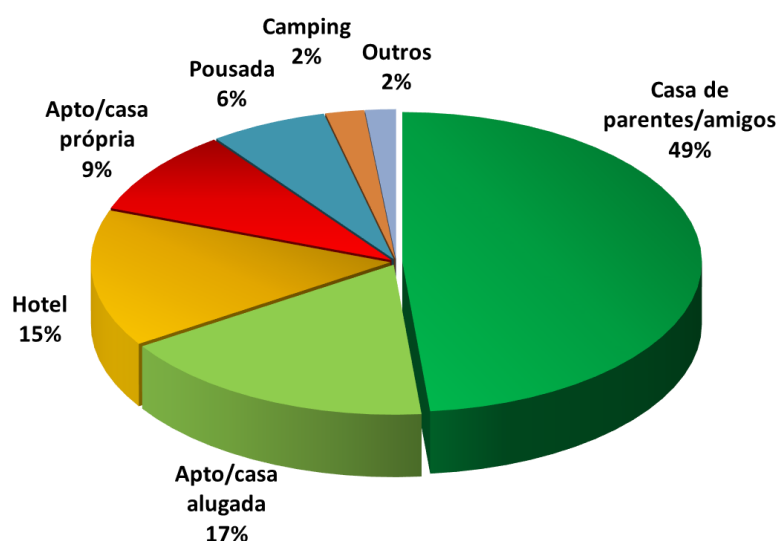
Podemos inferir que o impacto do evento para o *trade* turístico foi extremamente alto vez que 87% dos respondentes afirmaram ter se hospedado em Hotel e 1% em pousada. É um número extremamente positivo para o acionamento da cadeia turística de nosso estado.

Foi questionado aos respondentes, que afirmaram não ter se hospedado em hotel ou pousada, o motivo para sua decisão. A resposta mais frequente foi que possuíam disponibilidade de casa de amigos parentes (78%), 12% Afirmaram que devido aos custos, preferiram não ficar hospedados em hotel/pousada e por fim, 10% afirmaram não ter se hospedado por não ter achado uma vaga em um hotel/pousada desejado.

Já em relação ao tempo de permanência no destino obtivemos uma média de 5,37 dias e uma mediana de 5 dias. Este número está alinhado com o tamanho do feriado de carnaval.

Em relação ao local da hospedagem, o gráfico 6 traz os percentuais observados.

Gráfico 6 – Local de hospedagem



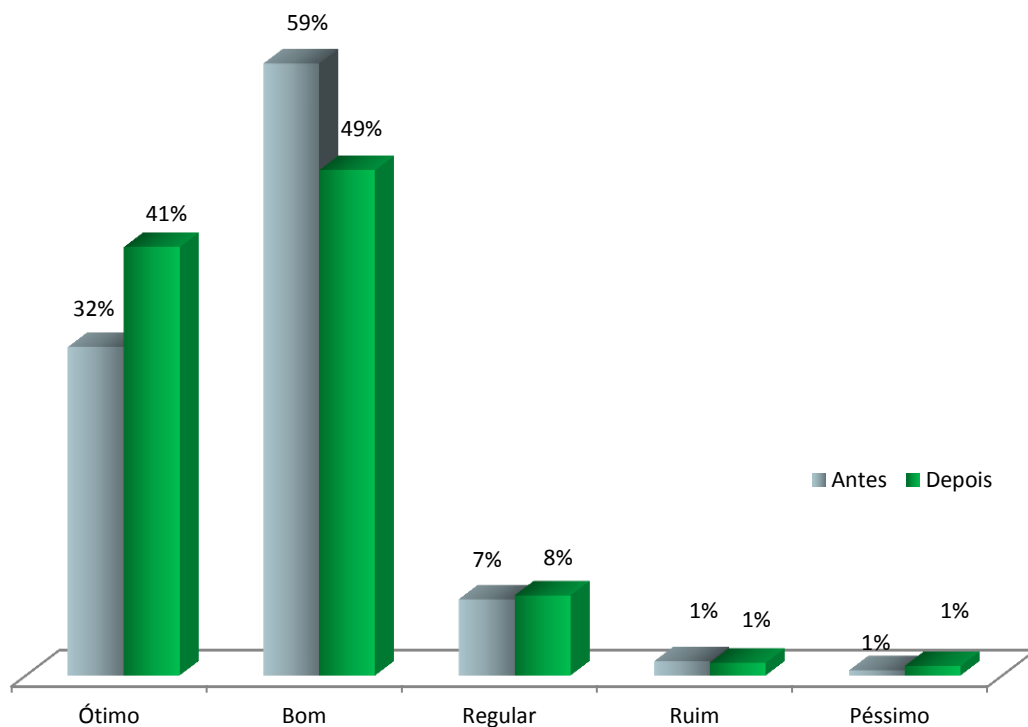
O gráfico apresentado (Gráfico 6), demonstra que 21% da amostra se hospedou em um hotel ou uma pousada. Os demais respondentes se dividiram nas diferentes opções alternativas, a se destacar a “casa de amigos ou parente” com 49% das citações.

Quando perguntados o motivo por não ter escolhido um meio de hospedagem clássico - hotel ou pousada – obtivemos as seguintes respostas:

- 67% Disponibilidade de casa de amigos/parentes;
- 27% Custo;
- 2% Privacidade – explicação muito presente nos que informaram ter vindo “em grupo”;
- 1% Falta de vagas na rede;
- 1% Conforto – também associado aos turistas que vieram em grupos;
- 1% Retiro – explicação dos que estavam no estado por “motivos religiosos”;
- 1% Outros.

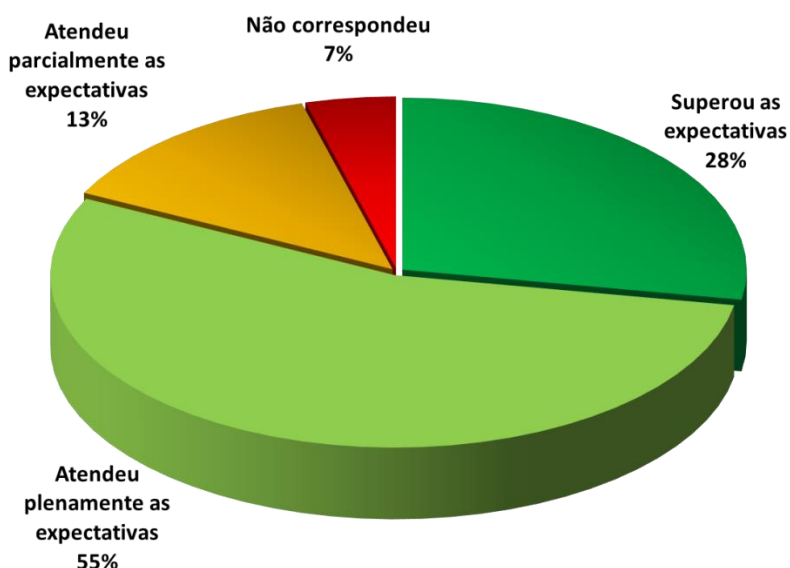
Na avaliação do entrevistado essa sua estada no Espírito Santo melhorou a sua percepção geral em relação ao destino escolhido. Apesar de a avaliação positiva, soma das avaliações ótimo + bom, não ter se alterado, houve uma migração significativa das notas ‘bom’ para ‘ótimo’, como pode ser visto no gráfico 7.

Gráfico 7 – A imagem do destino, antes e depois.



Em relação às expectativas quanto à viagem em questão, podemos afirmar que houve, também, o Carnaval apresentou um bom impacto. Mais da metade (55%), afirmou que a viagem *“atendeu plenamente as expectativas”*. Para 28% dos entrevistados, a percepção foi ainda mais positiva. Para eles a viagem *“superou as expectativas”*. Somente 7% afirmaram *“não ter suas expectativas atendidas”* pela viagem. Por fim, 13% afirmaram que a viagem *“atendeu em parte”* as expectativas.

Gráfico 8 – Atendimento as expectativas da viagem



Entendemos que a superação e ou atendimento da expectativa são fatores de um mesmo *drive* que conduzem a satisfação.

Perguntados diretamente sobre a intenção de retorno ao destino, 94% dos respondentes afirmaram pretender retornar nos próximos dois anos. Os 6% remanescentes se dividiram entre os 3% que afirmaram que pretendem conhecer outros destinos e os 3% que responderam simplesmente “*não*” a esta pergunta. A tabela 5, apresentada a seguir, traz o cruzamento entre a frequência de vinda ao estado e a probabilidade retornar nos próximos dois anos. Podemos afirmar que o retorno é menor para o turista que está vindo pela primeira vez ao estado. Este fato pode estar relacionado ao padrão de consumo dos produtos turísticos deste perfil.

Tabela 5 – Cruzamento das questões “frequência com que vem ao Estado” x “probabilidade de retorno”

	Pretende retornar a este destino nos próximos 2 anos				Total
	Sim	Não	Não porque quero conhecer outros lugares	NS/NR	
Primeira vez	78%	7%	10%	5%	100%
Uma vez por ano	95%	3%	2%	1%	100%
Duas vezes por ano	95%	3%	2%		100%
Mais de duas vezes por ano	99%			1%	100%
Uma vez nos últimos dois anos	92%	4%	4%		100%
Sem uma frequência definida	88%	3%	3%	5%	100%

Outro dado que nos leva a concluir que há uma imagem positiva do município visitado é o percentual de pessoas que recomendariam o local visitado para amigos e parentes: 96%.

Uma outra, questão procurou descrever o perfil de recompra do turista em relação ao estado do Espírito Santo e ao destino (município) em questão. A primeira pergunta foi feita somente para os respondentes que não tinham o Espírito Santo como local de sua residência permanente. Já a segunda foi dirigida a todos 1.622 turistas entrevistados.

Gráfico 9 – Frequência com que viaja ao Espírito Santo.

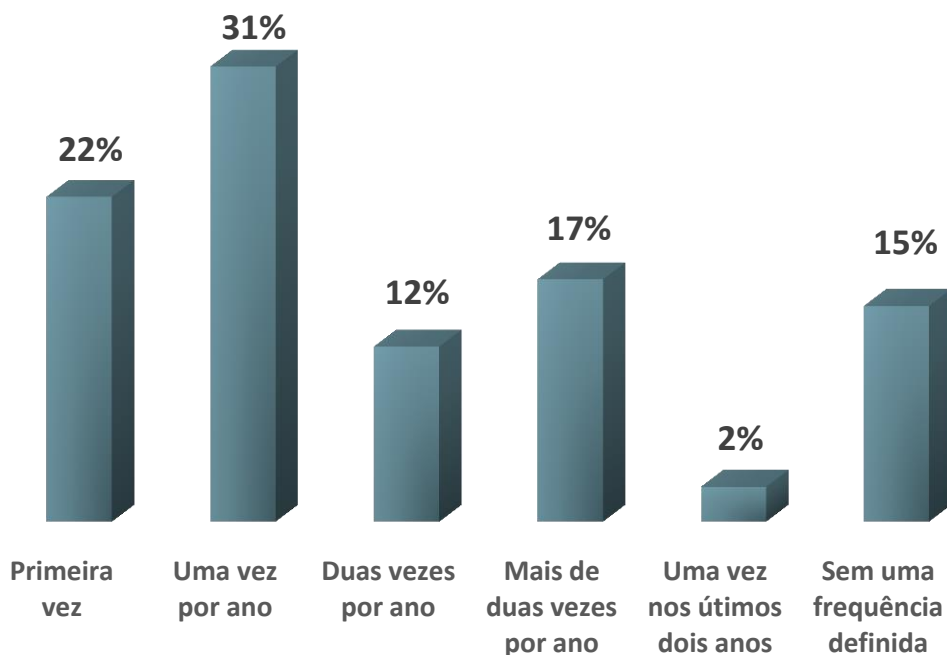
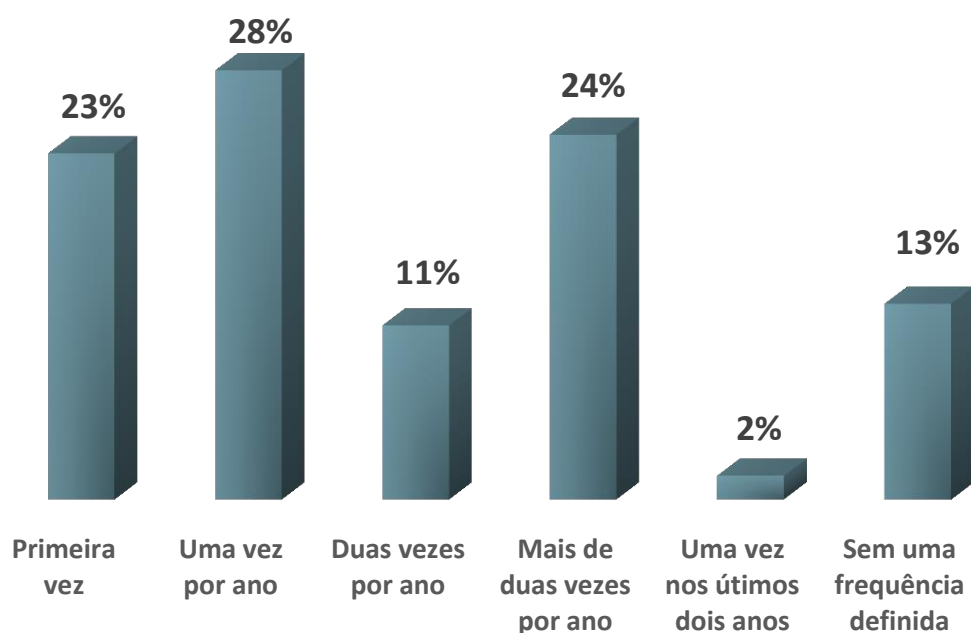


Gráfico 10 – Frequência com que viaja ao Destino.



Os números apresentados nos gráficos 9 e 10 apontam que há um alto grau de recompra do estado e dos destinos por parte dos respondentes. Somente 22% e 23% dos respondentes afirmaram ser a primeira vez que vem ao estado. A leitura deste número pode ser feita de duas maneiras. Ambas positivas. Há primeira é que há os turistas retornam ao destino. A segunda é que há um número significativo de novos turistas e que segundo a sua avaliação, avaliam positivamente os destinos. Essas conclusões estão baseadas nas tabelas 6 e 7 apresentadas a seguir.

Tabela 6 – Cruzamento das questões “frequência com que vem ao Estado” x “atendimento da expectativa”

	A viagem a este destino atendeu est atendendo as expectativas				NS/NR	Total
	Superou as expectativas	Atendeu plenamente as expectativas	Atendeu parcialmente as expectativas	Não correspondeu		
Primeira vez	37%	45%	13%	6%		100%
Uma vez por ano	24%	61%	12%	3%		100%
Duas vezes por ano	26%	58%	13%	2%	1%	100%
Mais de duas vezes por ano	24%	57%	14%	5%		100%
Uma vez nos últimos dois anos	32%	52%	16%			100%
Sem uma frequência definida	29%	55%	13%	3%	1%	100%

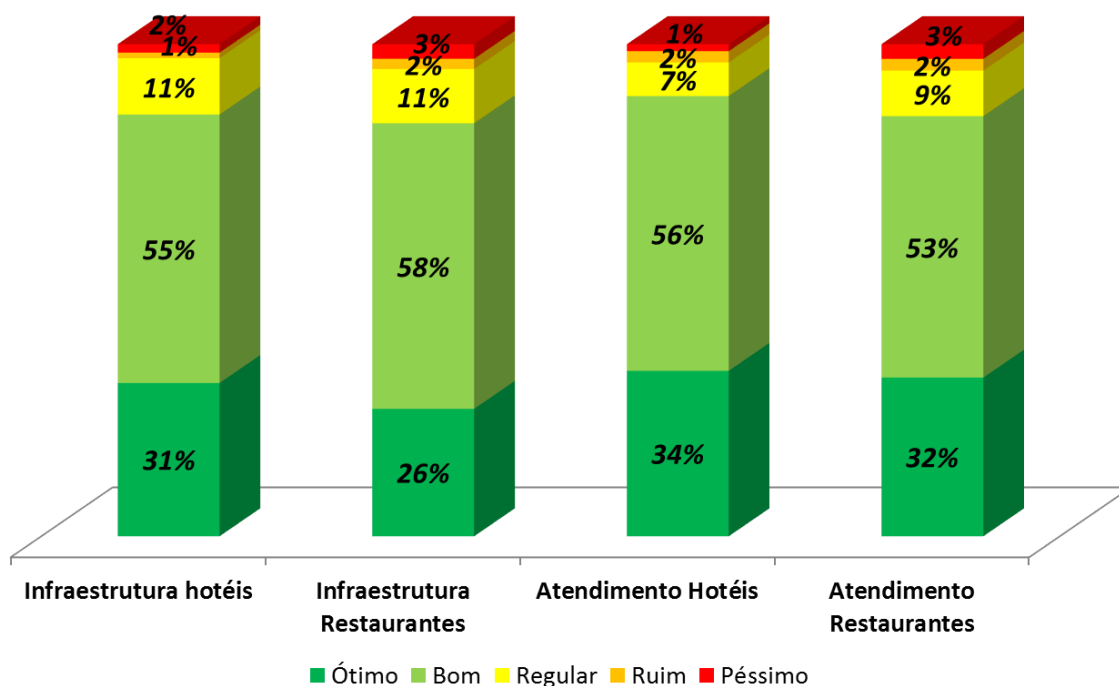
Tabela 7 – Cruzamento das questões “frequência com que vem ao destino” x “atendimento da expectativa”

	A viagem a este destino atendeu est atendendo as expectativas					Total
	Superou as expectativas	Atendeu plenamente as expectativas	Atendeu parcialmente as expectativas	Não correspondeu	NS/NR	
Primeira vez	35%	45%	15%	5%		100%
Uma vez por ano	23%	60%	13%	4%		100%
Duas vezes por ano	23%	57%	16%	3%	1%	100%
Mais de duas vezes por ano	28%	54%	12%	5%		100%
Uma vez nos últimos dois anos	32%	56%	12%			100%
Sem uma frequência definida	27%	57%	11%	3%	0,5%	100%

RESTAURANTES E HOTÉIS

Um bloco de questões versava sobre o atendimento e infraestrutura, oferecidos pelos hotéis e pousadas e pelos bares e restaurantes frequentados no destino. O gráfico abaixo (gráfico 11) apresenta os resultados obtidos na avaliação destes dois aparelhos de atendimento ao turista.

Gráfico 11 – Qualificação do atendimento e infraestrutura, oferecido pelos hotéis e pousadas e bares e restaurantes.



A análise dos resultados obtidos e exibidos no gráfico acima nos permite concluir que os meios de hospedagem e os restaurantes tiveram uma avaliação, positiva, e semelhante por parte de seus hóspedes e frequentadores.

O DESTINO

Em relação ao destino foram feitos questionamentos a respeito da infraestrutura a disposição dos municípios, do visitante e do turista. Os gráficos 12.1 e 12.2, a seguir, fornecem a avaliação realizada pelos entrevistados durante o período do Carnaval.

Gráfico 12.1 – Qualificação da infraestrutura oferecida

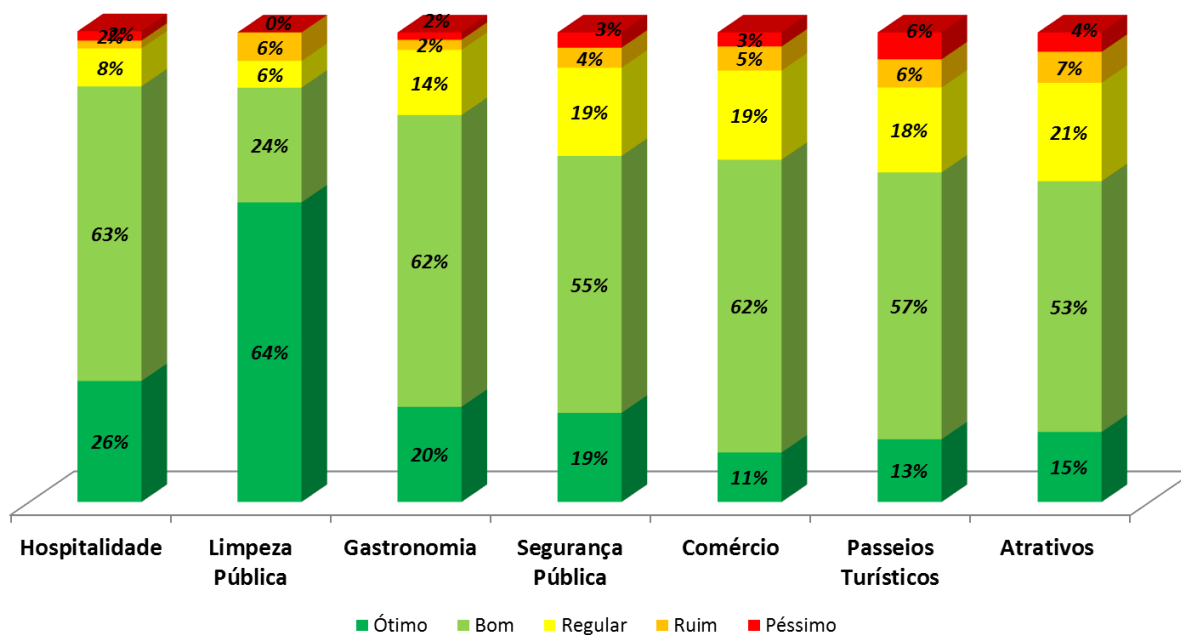
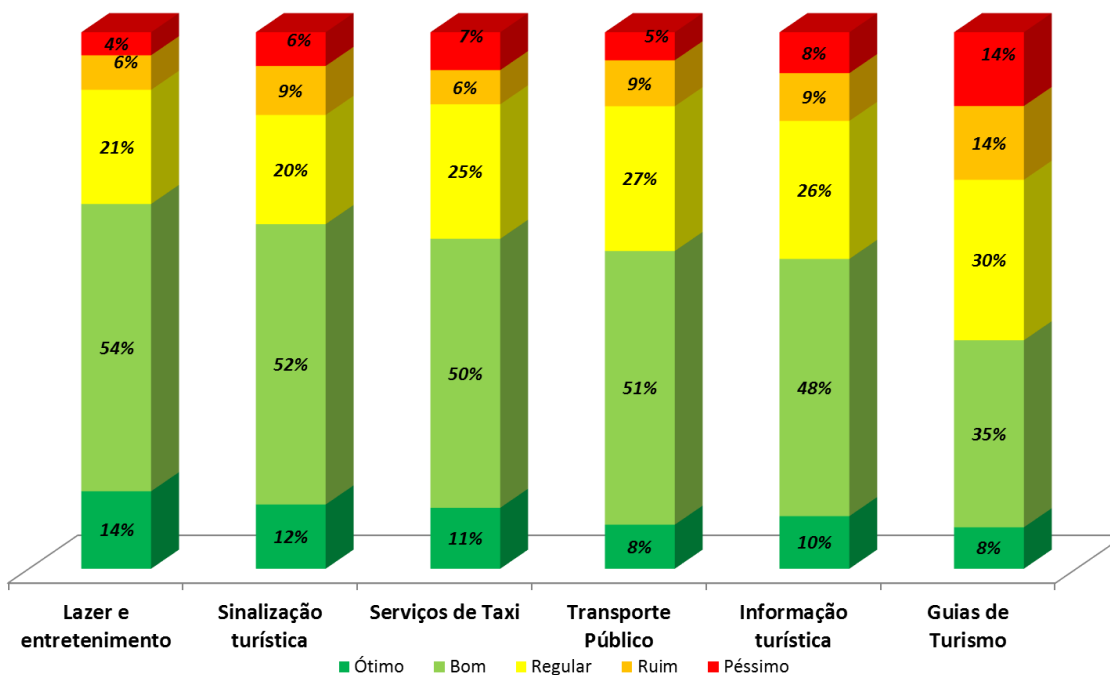


Gráfico 12.2 – Qualificação da infraestrutura oferecida



A tabela 8 descreve as principais atividades desenvolvidas no destino por parte dos entrevistados. Como era de se esperar, devido a maior concentração da coleta e do fluxo de turista se concentrar no litoral capixaba, a atividade mais citada foi “frequentar praia” com 38% do total de citações. Destacamos que esta pergunta permitia múltiplas respostas.

Tabela 8 – Atividades realizadas no destino

ATIVIDADE	FREQUÊNCIA	%
Frequentou praias	1.280	38%
Participou de Festas Populares	385	12%
Conheceu pratos e comidas típicas	379	11%
Diversão Noturna Shows/boates	346	10%
Atividades na Natureza/Caminhadas/Cachoeiras/Parques	257	8%
Visita a atrativos histórico/culturais	229	7%
Fez visita a parques temáticos	94	3%
Fez City Tour	76	2%
Praticou Esportes de Aventura/recreacionais	61	2%
Assistiu a eventos esportivos	52	2%
Realizou Atividades em meio rural	48	1%
Foi ao Shopping	37	1%
Fez Contatos Profissionais	28	1%
Atividades religiosas	17	1%
Trabalhei	15	0,4%
Descansei	9	0,3%
Frequentou Feirinha	8	0,2%
Visitei parentes e amigos	8	0,2%
Cinema	4	0,1%
Projeto Tamar	2	0,1%
Parque Aquático	1	0,03%
TOTAL DE CITAÇÕES	3.336	100%

A pesquisa questionou ainda se o entrevistado sentiu falta de algo no destino. 37% dos entrevistados não apontou nenhuma carência no destino em que esteve hospedado. A tabela 9 apresenta em detalhes as resposta a esta pergunta.

Tabela 9 – O que faltou no destino, segundo o turista.

O QUE FALTOU NO DESTINO	FREQUÊNCIA	%
Bancos/caixa eletrônicos	188	13%
Informações turísticas	183	13%
Água/energia telefonia	177	12%
Infraestrutura para atender ao turista	168	12%
Bons restaurantes	121	8%
Segurança	115	8%
Assistência médica para o turista	85	6%
Bons hotéis	54	4%
Transporte público	47	3%
Outro	317	22%

GASTO MÉDIO

A tabela 10 apresenta o gasto realizado pelos turistas e visitantes abordados durante o evento. Nela estão consolidadas as respostas de todos aqueles que informaram ter realizado algum desembolso durante a sua estada no destino.

Na tabela apresentamos, além dos valores médios, o valor da mediana dos gastos. Ele é um melhor estimador para as variáveis que apresentam uma grande amplitude. É recomendado, que se observem os dois valores de forma conjunta.

Tabela 10 – Gastos realizados durante a visita

ITEM	GASTO			
	Mínimo	Máximo	Médio	Mediano
Deslocamento interno (dentro do município)	R\$ 0,00	R\$ 7.000,00	R\$ 180,30	R\$ 100,00
Hospedagem	R\$ 0,00	R\$ 7.000,00	R\$ 778,95	R\$ 500,00
Alimentação	R\$ 0,00	R\$ 4.500,00	R\$ 394,62	R\$ 300,00
Atrativos e Passeios	R\$ 0,00	R\$ 3.000,00	R\$ 232,43	R\$ 150,00
Compras	R\$ 0,00	R\$ 4.500,00	R\$ 213,77	R\$ 100,00
Outros Gastos	R\$ 0,00	R\$ 12.000,00	R\$ 372,79	R\$ 100,00
Gasto Total	R\$ 0,00	R\$ 15.000,00	R\$ 1.046,25	R\$ 600,00
Gasto por dia de permanência	R\$ 0,00	R\$ 12.500,00	R\$ 253,15	R\$ 133,33
Gasto per capita	R\$ 0,00	R\$ 15.000,00	R\$ 420,40	R\$ 251,50

Uma pergunta que era feita associada ao gasto médio era o número de pessoas englobadas neste desembolso. A resposta apresentou uma média de 3,12 pessoas e uma mediana de 2 (duas) pessoas para os gastos informados.

CONTAGEM DO FLUXO DE CARROS

Durante a coleta dos dados ocorreu também, nas rodovias, a contagem do fluxo de veículos. Esse trabalho de contagem manual foi feito durante os dias 4 e 5 de março no horário compreendido entre 8 horas da manhã e as 17:50. Os pesquisadores estavam posicionados, junto às cabines das polícias rodoviárias. O resultado está apresentado na tabela abaixo.

Tabela 11 – Fluxo de veículos nas rodovias.

Horário	BR 101 Posto 2 PRF Km 56 - São Mateus		BR 101 Posto 2 Km 411 - Safra		ES 490 Posto 8 BTPM - Itapemirim		BR 262 Posto 2 Km 159 - Ibatiba		BR 259 8 º RPM - Aymores/MG		ES 060 Posto 6 KM 13 - Rodovia do Sol		BR 101Posto 1 Km 250 - Serra	
	04/03/2014	05/03/2014	04/03/2014	05/03/2014	04/03/2014	05/03/2014	04/03/2014	05/03/2014	04/03/2014	05/03/2014	04/03/2014	05/03/2014	04/03/2014	05/03/2014
8:00 às 8:50	150	146	131	348	167	419	161	363		433	1.271	1575	259	382
9:00 às 9:50	205	131	179	216	200	480	254	503		153	2.383	2565	450	448
10:00 às 10:50	179	138	223	225	258	525	268	489		173	2.740	2132	479	377
11:00 às 11:50	145	110	257	115	234	498	356	650		108	1.457	1094	347	313
12:00 às 12:50	84	68	202	183		302	271	582		120			272	194
13:00 às 13:50	122	93	221	548	344	370	372	390	113	85	1.152	1118	357	242
14:00 às 14:50	110	105	252	604	470	449	252	370	162	136	1.009	2859	467	252
15:00 às 15:50	136	121	302	532	591	354	347	498	176	216	1.224	1864	484	266
16:00 às 16:50	181	146	297	298	556	298	340	510	260	161	860	1886	452	312
17:00 às 17:50	130	100	262	217	417	282	300	432	180	121	914	2041	425	334
TOTAL DIA	1.442	1.158	2.326	3.286	3.237	3.977	2.921	4.787	891	1.706	13.010	17.134	3.992	3.120

QUESTIONÁRIO UTILIZADO

Pesquisa de Demanda Turística – CARNAVAL 2014

CONTROLE	
Entrevistador:	Data: ____/____/____
Entrevistado:	Telefone:

FILTROS DA PESQUISA

O Sr.(a) é residente nesta cidade? (Recomendação diferenciada para o município de Aimorés/MG)

1. Sim (agradeça e indique na folha)
2. Não (próximo filtro)

Pernou/irá pernoitar no Estado/Município? (Recomendação diferenciada para o município de Aimorés/MG)

1. Sim (Prossiga com o questionário)
2. Não (agradeça e proceda a uma nova abordagem)

1.0 – PONTOS DE COLETA. Informe o código segundo a tabela abaixo: _____

2.0

MUNICÍPIO	NO MUNICÍPIO	RODOVIÁRIA	AEROPORTO	FERROVIÁRIA
(1) Anchieta	11	12		
(2) Aracruz	21			
(3) Conceição da Barra	31	32		
(4) Domingos Martins	41	42		
(5) Cachoeiro Do Itapemirim	51	52		
(6) Guarapari	61	62		
(7) Dolores do Rio Preto	71			
(8) Cariacica				83
(9) Linhares	91			
(10)Mucurici	101			
(11)São Mateus	111	112		
(12)Fundão	121			
(13)Itapemirim	131			
(14)Ibatiba	141			
(15)Aymorés/MG	151			
(16)Vila Velha	161	162		
(17)Serra	171			
(18)Piúma		182		
(19)Marataízes	191	192		
(20)Santa Teresa		202		
(21)Vitória	211	212	213	
(22)Venda Nova do Imigrante	221			

BLOCO 1 – ORGANIZAÇÃO DA VIAGEM

1.1 – Qual o local de sua residência permanente?

1.1.1 – País: (1) Brasil (2) Outro _____

1.1.2 – Estado: _____

1.1.3 – Município: _____

1.2 - Qual o principal motivo da viagem?

- | | |
|-------------------------------|--------------------------------|
| (1) Lazer/Passeio | (6) Congressos e Convenções |
| (2) Rever amigos e Familiares | (7) Tratamento/Consulta médica |
| (3) Trabalho/Negócios | (8) Religião / Peregrinação |
| (4) Compras | (9) Outro. Qual? _____ |
| (5) Estudos ou Cursos | |

1.3 – Quem o acompanhou nessa viagem?

- | | |
|---------------------------|---------------------------|
| (1) Sozinho | (5) Familiares sem filhos |
| (2) Em grupo/amigos | (6) Em excursão |
| (3) Casal | (7) NS/NR |
| (4) Familiares com filhos | (8) Outro. Quem? _____ |

1.4 Quantas pessoas o acompanham nesta viagem? N° de Pessoas _____

1.5 - Qual a principal fonte de informação que o(a) sr.(a) utilizou para a escolha do destino/ pacote turístico? (Marcar apenas uma resposta)

- (1) Já conhecia a cidade
- (2) Agências de viagem
- (3) Folhetos, cartaz, etc
- (4) Indicação de amigos/parentes
- (5) Internet / Redes sociais. Qual? _____
- (6) Internet / Sites especializados. Qual? _____
- (7) Jornal/Revista. Qual? _____
- (8) Rádio/TV. Qual? _____
- (9) Anúncios campanha publicitária. Qual? _____
- (10) Empresa em que trabalha / Escola

1.6 – Como esta viagem foi organizada? (Enumerar conforme tabela abaixo)

1.6.1. Comprou pacote (incluindo passeios, passagens, hospedagem, etc) de que forma? (_____)

1.6.2. Comprou passagens de que forma? (_____)

1.6.3. Comprou hospedagem de que forma? (_____)

1.6.4. Comprou Passeios de que forma? (_____)

1. Internet	(1.1) Agência/site especializado	(1.2) Direto do fornecedor
2. Telefone	(2.1) Agência de viagens	(2.2) Direto com o fornecedor
3. Pessoalmente		
4. Empresa em que trabalha		
5. Instituição em que estuda		
6. Não comprou		
7. NS/NR		
8. Não fui eu que comprei		

BLOCO 2 – CARACTERÍSTICAS DA VIAGEM

2.1- Qual o meio de transporte que o(a) sr.(a) utilizou para chegar ao Espírito Santo? (TURISTAS DE OUTROS ESTADOS SOMENTE)

- | | |
|-----------------------------------|---|
| (1) Automóvel próprio | (7) Navio |
| (2) Automóvel alugado | (8) Van/Kombi |
| (3) Automóvel de parentes /amigos | (9) Moto |
| (4) Avião | (10) Caminhão |
| (5) Ônibus regular | (11) Trem (Vitória/Minas-Pedro Nolasco) |
| (6) Ônibus fretado | (12) NS/ NR |

2.2 - Qual o meio de transporte que o(a) sr.(a) utilizou para chegar ao seu destino final? (município em que passou a maior parte do tempo)

- | | |
|-----------------------|---|
| (1) Automóvel próprio | (3) Automóvel de parentes /amigos |
| (2) Automóvel alugado | (4) Avião |
| (5) Ônibus rodoviário | (10) Caminhão |
| (6) Ônibus coletivo | (11) Moto |
| (7) Ônibus fretado | (12) Trem (Vitória/Minas-Pedro Nolasco) |
| (8) Navio | (13) Táxi |
| (9) Van/ Kombi | (14) NS/ NR |

2.3 – Pensando no seu gasto e das pessoas que estão sob sua responsabilidade financeira. Qual o foi o gasto estimado no destino com os seguintes itens:

2.3.1	Deslocamento até o destino	R\$
2.3.2	Deslocamento interno (transporte dentro do município)	R\$
2.3.3	Hospedagem	R\$
2.3.4	Alimentação	R\$
2.3.5	Atrativos e passeios	R\$
2.3.6	Compras	R\$
2.3.7	Coutros Gastos	R\$

2.4 – Pensando em todos estes gastos, quantas pessoas estão incluídas? Nº de pessoas _____

2.5 – Em qual município o(a) sr.(a) se hospedou/passou a maior parte do tempo?

Município: _____

2.6 – Em quais outros municípios o(a) sr.(a) pernitoiu?

2.6.1 Município: _____

2.6.2 Município: _____

2.6.3 Município: _____

2.7 – Com que frequência o(a) sr.(a) vem ao Espírito Santo? (Turistas de outros estados somente)

- | | |
|--------------------------------|-----------------------------------|
| (1) Primeira vez | (5) Uma vez nos últimos dois anos |
| (2) Uma vez por ano | (6) Sem uma frequência definida |
| (3) Duas vezes por ano | (7) NS/NR |
| (4) Mais de duas vezes por ano | |

2.8– Com que frequência vem a este destino (município)? (Turistas do Estado e de outros estados)

- | | |
|--------------------------------|-----------------------------------|
| (1) Primeira vez | (5) Uma vez nos últimos dois anos |
| (2) Uma vez por ano | (6) Sem uma frequência definida |
| (3) Duas vezes por ano | (7) NS/NR |
| (4) Mais de duas vezes por ano | |

2.9 – Onde o senhor se hospedou/ está hospedado?

- | | | |
|-----------------------------|-----------------------|------------------------|
| (1) Hotel | (4) Camping | (7) Outro. Qual? _____ |
| (2) Pousada | (5) Apto/casa própria | (8) NS/NR |
| (3) Casa de parentes/amigos | (6) Apto/casa alugada | |

2.9.1 – Por qual motivo o(a) sr(a) não optou por hotel ou pousada?

- | | |
|--|-------------------|
| (1) Disponibilidade de casa de amigos/parentes | (4) Outro motivo. |
| (2) Custo | Qual? _____ |
| (3) Falta de vagas na rede | |

2.10 - Qual o tempo de permanência (vai permanecer – se ainda não está indo embora) neste município? N° de Dias _____

2.11 - Quais atividades o(a) sr.(a) desenvolveu no município em que ficou/está hospedado?

(Resposta Múltipla)

- (1) Assistiu a eventos esportivos
- (2) Visita a atrativos histórico-culturais
- (3) Conheceu pratos e comidas típicas
- (4) Fez visita a parque(s) temático(s)
- (5) Frequentou praias/tomar sol/Banho de mar
- (6) Diversão Noturna (Shows/boates)
- (7) Fez City Tour
- (8) Atividades na Natureza (caminhadas, Cachoeiras, parques naturais)
- (9) Realizou Atividades em meio rural
- (10) Participou de Festas Populares
- (11) Praticou Esportes de Aventura/recreacionais
- (12) Fez Contatos Profissionais
- (13) NS/NR
- (14) Outra atividade. Qual? _____

BLOCO 3 – AVALIAÇÃO DA VIAGEM

3.1 Qual imagem tinha do destino:

3.1.1 Antes da Viagem:	ÓTIMO	BOM	REGULAR	RUIM	PÉSSIMO	NA	NR
-------------------------------	--------------	------------	----------------	-------------	----------------	-----------	-----------

3.1.2 Depois da Viagem:	ÓTIMO	BOM	REGULAR	RUIM	PÉSSIMO	NA	NR
--------------------------------	--------------	------------	----------------	-------------	----------------	-----------	-----------

3.2 A viagem a este destino: atendeu/ está atendendo as expectativas?

- | | |
|--|----------------------|
| (1) Superou as expectativas | (4) Não correspondeu |
| (2) Atendeu plenamente as expectativas | (5) NS/NR |
| (3) Atendeu parcialmente as expectativas | |

3.2.1 (para quem respondeu “não correspondeu”) por que não atendeu as expectativas?

3.3 Qual a avaliação quanto a infraestrutura, equipamentos e serviços turísticos do destino:

ITEM	ÓTIMO	BOM	REGULAR	RUIM	PÉSSIMO	NA	NR
3.3.1 – Segurança Pública	1	2	3	4	5	6	7
3.3.2 – Transporte Público	1	2	3	4	5	6	7
3.3.3 – Limpeza pública e dos atrativos	1	2	3	4	5	6	7
3.3.4 – Comércio	1	2	3	4	5	6	7
3.3.5 – Atrativos Turísticos	1	2	3	4	5	6	7
3.3.6 – Informação turística	1	2	3	4	5	6	7
3.3.7 – Sinalização turística	1	2	3	4	5	6	7
3.3.8 – Opções de lazer e entretenimento	1	2	3	4	5	6	7
3.3.9 – Guias de Turismo	1	2	3	4	5	6	7
3.3.10 – Serviço de Taxi	1	2	3	4	5	6	7
3.3.11 – Passeios Turísticos	1	2	3	4	5	6	7
3.3.12 – Hospitalidade	1	2	3	4	5	6	7
3.3.13 – Gastronomia / Restaurantes	1	2	3	4	5	6	7
3.3.14 – Preços em Geral	1	2	3	4	5	6	7

3.4 – Avalie os serviços e infraestrutura dos Hotéis e Restaurantes no destino: (Para quem utilizou serviços de Pousada/Hotel/Camping)

ITEM	ÓTIMO	BOM	REGULAR	RUIM	PÉSSIMO	NA	NR
3.4.1 – Infraestrutura hotéis	1	2	3	4	5	6	7
3.4.2 – Infraestrutura Restaurantes	1	2	3	4	5	6	7
3.4.3 – Atendimento Hotéis	1	2	3	4	5	6	7
3.4.4 – Atendimento Restaurantes	1	2	3	4	5	6	7

3.5 – O que Sr.(a) acha que faltou no destino escolhido? (RM)

- | | |
|---------------------------------------|---|
| (1) Água/energia/telefonia | (7) Infraestrutura para atender ao turista. Qual? _____ |
| (2) Bancos/caixa eletrônicos | (8) Segurança _____ |
| (3) Assistência médica para o turista | (9) Transporte público |
| (4) Bons hotéis | (10) Opções de lazer. Qual? _____ |
| (5) Bons restaurantes | (11) NS/NR |
| (6) Informações turísticas | (12) Outro. Qual? _____ |

3.6 – O Sr.(a) pretende retornar a este destino nos próximos 2 anos?

- (1) Sim (2) Não. Por que? _____ (3) NS/ NR

3.6.1 Qual seria o principal motivo de retorno ao destino? (só para quem respondeu sim na 3.6)

- | | |
|-----------------------|-------------------------------|
| (1) Lazer | (3) Visita a parentes/amigos |
| (2) Trabalho/negócios | (4) Outro motivo. Qual? _____ |

3.7 - O Sr. (a) recomendaria o município escolhido a amigos e/ou parentes?

(1) Sim(2) Não. Por que? _____ (3) NS/NR

4.1 - Sexo: (1) Masculino (2) Feminino

4.2 - Idade: _____ anos

4.3 – Estado Civil:

- | | | | |
|-----------------|---------------|-------------------|-----------|
| (1) Solteiro(a) | (3) Viúvo (a) | (5) Divorciado | (7) NS/NR |
| (2) Casado (a) | (4) Separado | (6) União estável | |

4.4 – Escolaridade: (Último grau completo)

- | | |
|--------------------------|--------------------------------------|
| (1) Sem instrução formal | (5) Pós graduação/mestrado/doutorado |
| (2) Ensino fundamental | (6) Curso técnico |
| (3) Ensino médio | (7) NS/NR |
| (4) Curso superior | |

4.5 – Renda mensal familiar: em reais (R\$)

- | | |
|---|--|
| (1) até R\$ 724,00; 1 SM | (6) de R\$ 5.793,00 a R\$ 7.240,00; de 8 até 10 SM |
| (2) de R\$ 724,00 a R\$ 1.448,00; de 1 até 2 SM | (7) de R\$ 7.241,00 a R\$ 10860,00; de 10 a 15 SM |
| (3) de R\$ 1.449,00 a R\$ 2.172,00; de 2 até 3 SM | (8) Mais que R\$ 10.861,00; mais de 15 SM |
| (4) de R\$ 2.173,00 a R\$ 3.620,00; de 3 até 5 SM | (9) Não sabe |
| (5) de R\$ 3.621,00 a R\$ 5.792,00; de 5 até 8 SM | (10) Recusa. |

4.6 – Quantas Pessoas, contando com o(a) Sr(a), são dependentes desta renda familiar?

Pessoas: _____

OCORRÊNCIAS DE CAMPO

A coleta dos dados ocorreu sem maiores intercorrências exceto as limitação de apoio disponibilizada pelas patrulhas rodoviárias nas rodovias onde foram feitas contagens de fluxo e abordagem de turistas. A seguir relatamos as principais ocorrências e os motivos.

BR 262 Posto 2 Km 159 - Ibatiba - o posto não funciona todos os dias, existe escalas, plantões. No primeiro dia o posto estava fechado e só abriria às 11:00 da manhã, quando os policiais chegaram, disseram que não estavam sabendo da pesquisa e que só podem parar com ordem de serviço, não adianta o ofício levado em mãos pelos entrevistadores, depois de muita conversa e liga para um, para outro... eles conversaram com o comandante e ele passou sobre a pesquisa, mais quem estava no PRF iria sair para fazer blitz próximo a Domingos Martins e ficou a ronda da estrada para a abordagem quando estivesse por ali, pois direto tem que sair para ocorrências nas estradas.

BR 259 8º RPM - Aimorés/MG - Policiais disseram que não receberam nenhum ofício, disseram que a tenente Mônica não está mais nesse posto e não passou nada a eles e proibiram as entrevistadoras até de ficar nas proximidades, disseram que para parar teria que ir policiais do ES e que elas não poderiam ficar naquelas redondezas pois poderia dar um tiroteio e eles iriam ser os responsáveis.

Simplesmente fecharam o posto e saíram, disseram que as 13 horas iria ter troca de turno e se elas conseguissem alguma coisa com os outros. Com a saída deles dos posto pedimos que iniciassem a contagem, já que não tinha mais ninguém no local. Mais tarde eles voltaram e proibiram até a contagem.

À tarde, com a intervenção do coordenador da pesquisa, Sr. Eugenio Giglio, foi liberado para iniciarem a contagem e começaram a abordagem para realização de questionário.

ES 060 Posto 6 Km 13 - Rodovia do Sol - Posto de muitas ocorrências, fluxo muito intenso de carros e se a viatura sai, o policial que fica na guarita não pode sair lá de dentro para a abordagem, são esses policiais os responsáveis por tudo que acontece desde a 3ª ponte e em toda rodovia do sol.

BR 101 Posto 1 KM 250 – Serra - Posto com pouco policiais, a viatura não está ficando no posto, com isso dificulta a abordagem.

Por último, nos Pontos do Agroturismo em Venda Nova do Imigrante, destacamos que eles têm grande movimento, mais a grande maioria é bate e volta ou de pessoas que pernoveram nas regiões das praias e só estão de passagem naquele ponto.



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
Secretaria de Turismo

gMR

Inteligência & Pesquisa

+55 (21) 3500-7617

Rua Dr. Nilo Peçanha, nº 80 |
Ingá - Niterói - RJ | Cep:24.210-480
gmrpesquisa.com.br