

# ***RELATÓRIO ANALÍTICO: PESQUISA DE DEMANDA TURÍSTICA SEMANA SANTA 2014***

Relatório do levantamento realizado durante as  
festividades da Semana Santa, entre os dias 18 a  
21 de abril de 2014

***RELATÓRIO DA PESQUISA DE DEMANDA TURÍSTICA:  
SEMANA SANTA 2014***

**Cliente:**

***SECRETARIA DE ESTADO DE TURISMO DO ESPÍRITO SANTO***

**Empresa Responsável pela Pesquisa:**

***GMR INTELIGÊNCIA DE MERCADO LTDA***

**Data:**

***05/05/2014***

## **Resumo**

O presente relatório é a apresentação da pesquisa de demanda turística realizada durante o feriado da Semana Santa, em 22 municípios do Estado do Espírito Santo. A pesquisa foi realizada durante os dias 18, 19, 20 e 21 de abril 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 1.546 pessoas.

# SUMÁRIO

|    |                               |    |
|----|-------------------------------|----|
| 1  | CENÁRIO.....                  | 5  |
| 2  | OBJETIVOS DA PESQUISA .....   | 7  |
| 3  | O CAMPO.....                  | 9  |
| 4  | POPULAÇÃO INVESTIGADA.....    | 11 |
| 5  | METODOLOGIA.....              | 13 |
| 6  | RESULTADOS DA PESQUISA .....  | 17 |
| 7  | PERFIL DOS RESPONDENTES ..... | 18 |
| 8  | A VIAGEM.....                 | 23 |
| 9  | RESTAURANTES E HOTÉIS.....    | 34 |
| 10 | O DESTINO.....                | 36 |
| 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**

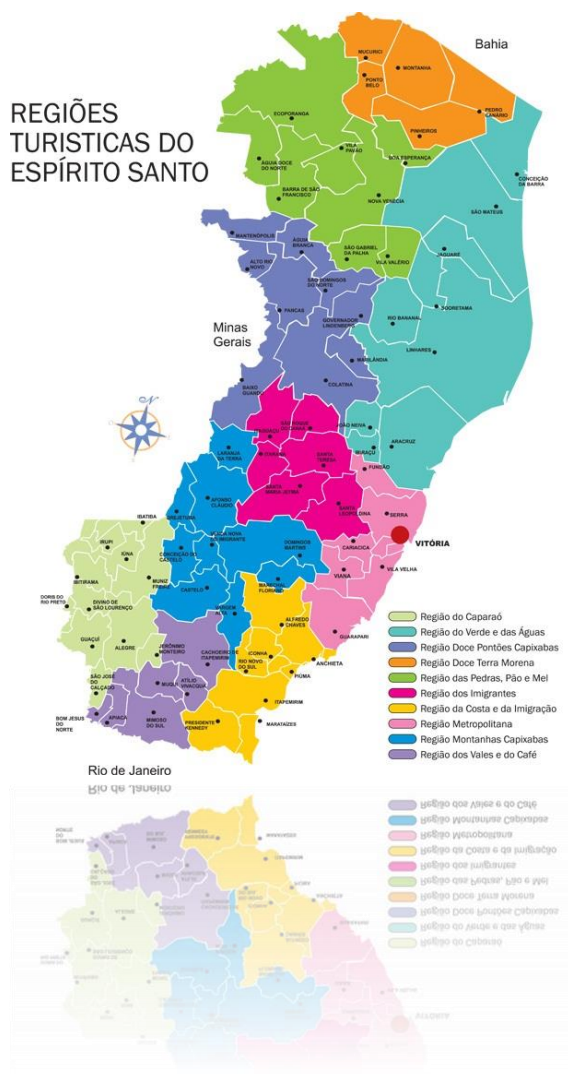
- Identificação do perfil dos turistas e visitantes no Estado por meio de suas características socioeconômicas;
- Avaliação da infraestrutura turística por parte dos turistas e visitantes;
- Avaliação da infraestrutura do destino por parte dos turistas e visitantes.



## ***O CAMPO***

A pesquisa de demanda turística foi realizada em 22 municípios do Espírito Santo, de forma simultânea, durante os dias 18, 19, 20 e 21 de abril 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 BTM), 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 18/04/2014 a 21/04/2014.

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

**Tabela 1** – Distribuição das entrevistas

| <b>LOCAL DA COLETA</b>                      | <b>FREQUÊNCIA</b> |
|---|-------------------|
| Aimorés Rodovia BR259                       | 13                |
| Anchieta Pontos Turísticos                  | 52                |
| Anchieta Terminal Rodoviário                | 22                |
| Aracruz Pontos Turísticos                   | 51                |
| Cachoeiro de Itapemirim Rodovia BR101       | 32                |
| Cachoeiro de Itapemirim Terminal Rodoviário | 20                |
| Cariacica Estação Ferroviária               | 22                |
| Conceição da Barra Pontos Turísticos        | 51                |
| Conceição da Barra Terminal Rodoviário      | 18                |
| Domingos Martins Pontos Turísticos          | 50                |
| Domingos Martins Terminal Rodoviário        | 16                |
| Dores do Rio Preto Pontos Turísticos        | 49                |
| Fundão Pontos Turísticos                    | 50                |
| Guarapari Pontos Turísticos                 | 102               |
| Guarapari Terminal Rodoviário               | 21                |
| Ibatiba Rodovia BR262                       | 31                |
| Itapemirim Rodovia ES490                    | 32                |
| Linhares Pontos Turísticos                  | 49                |
| Marataízes Pontos Turísticos                | 50                |
| Marataízes Terminal Rodoviário              | 21                |
| Mucurici Pontos Turísticos                  | 50                |
| Piúma Terminal Rodoviário                   | 21                |
| Santa Teresa Terminal Rodoviário            | 20                |
| São Mateus Pontos Turísticos                | 52                |
| São Mateus Rodovia BR101                    | 31                |
| São Mateus Terminal Rodoviário              | 20                |
| Serra Pontos Turísticos                     | 98                |
| Serra Rodovia BR101                         | 9                 |
| Venda Nova do Imigrante Pontos Turísticos   | 50                |
| Vila Velha Pontos Turísticos                | 100               |
| Vila Velha Rodovia ES060                    | 4                 |
| Vila Velha Terminal Rodoviário              | 20                |
| Vitória Aeroporto                           | 195               |
| Vitória Pontos Turísticos                   | 103               |
| Vitória Terminal Rodoviário                 | 21                |
| <b>Total</b>                                | <b>1.546</b>      |

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 ESOMAR<sup>1</sup>/ABEP<sup>2</sup>).

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 feriado de Semana Santa, juntamente com Tiradentes (21 de abril, que caiu em uma segunda-feira)

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 53% dos respondentes masculinos e 47% do feminino.

Em relação ao estado civil, o maior percentual era de casados, com 60%. Logo em seguida tínhamos os solteiros, com 33%. Separados e viúvos completavam o perfil da amostra com: 5% e 2%, respectivamente.

O perfil da amostra apontava para um respondente maduro com 39,3 anos, em média, de idade e com uma mediana de 37 anos. Depreende-se dos números citados também uma homogeneidade no perfil, neste quesito.

Quanto ao nível de instrução informado, tínhamos 43% da amostra com o nível médio, 26% com ensino superior, 12% Informaram ser pós-graduados, 18%

---

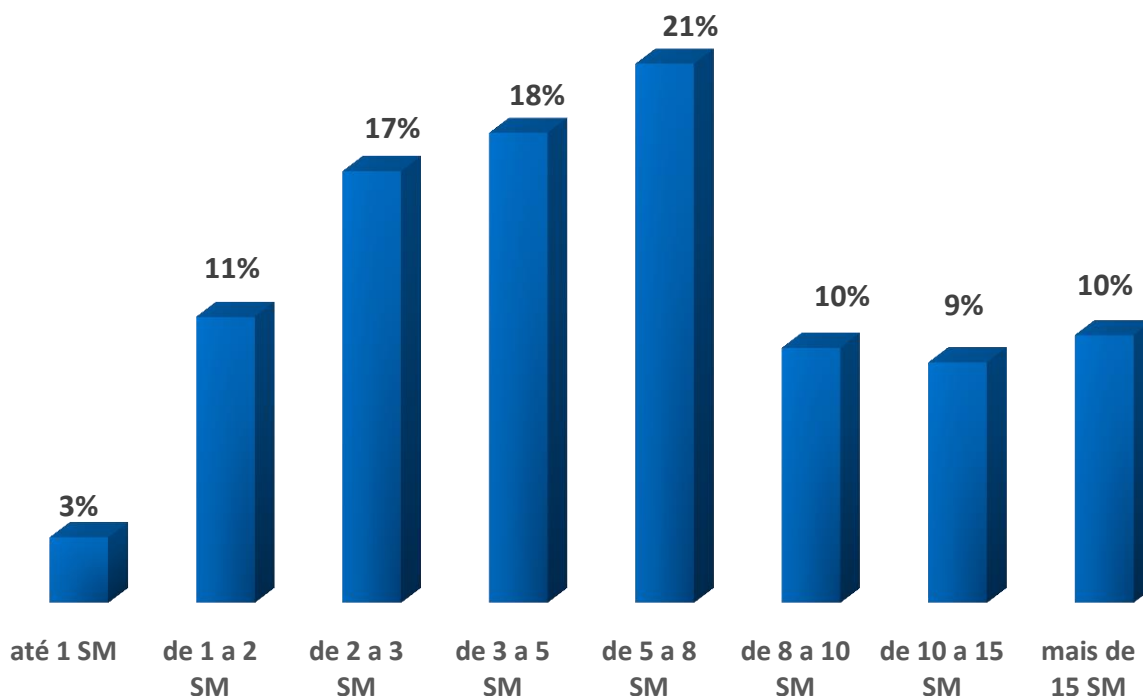
<sup>1</sup> *European Society for Opinion and Marketing Research.*

<sup>2</sup> Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa.

afirmaram só possuir o nível fundamental de ensino e o número de pessoas com formação técnica foi de 1%.

Em relação à renda familiar tivemos uma taxa de não-resposta (recusa ou desconhecimento) de 15%. Foram 6% de recusa e 9% que afirmaram não saber responder a essa pergunta. 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 dois a oito salários mínimos, concentraram-se 56% das respostas. Acima de dez salários tivemos 19%, enquanto que abaixo de dois salários mínimos somente 14%.

Em relação à procedência do entrevistado, tivemos uma concentração quase que exclusiva de turistas nacionais com índice de 99,7%, conforme tabela 3. A relação dos países está na tabela 2.

Tabela 2 – Origem dos turistas estrangeiros abordados

| PAÍS           | FREQUÊNCIA |
|----------------|------------|
| Portugal       | 1          |
| Estados Unidos | 1          |
| Argentina      | 1          |
| Alemanha       | 1          |

Já dentre os entrevistados de procedência nacional, tivemos representantes de 22 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 | %    |
|--------|------------|------|
| MG     | 640        | 42%  |
| ES     | 484        | 31%  |
| RJ     | 166        | 11%  |
| SP     | 113        | 7%   |
| BA     | 57         | 4%   |
| GO     | 15         | 1%   |
| RS     | 15         | 1%   |
| PR     | 12         | 1%   |
| DF     | 8          | 1%   |
| PA     | 5          | 0,3% |
| MA     | 4          | 0,3% |
| MT     | 4          | 0,3% |
| MS     | 3          | 0,2% |
| CE     | 2          | 0,1% |
| PE     | 2          | 0,1% |
| PI     | 2          | 0,1% |
| RN     | 2          | 0,1% |
| RO     | 2          | 0,1% |
| SC     | 2          | 0,1% |
| AC     | 1          | 0,1% |
| AM     | 1          | 0,1% |
| PB     | 1          | 0,1% |
| SE     | 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

| <b>MUNICÍPIO</b>     | <b>FREQUÊNCIA</b> |
|----------------------|-------------------|
| Governador Valadares | 48                |
| Ipatinga             | 37                |
| Juiz de Fora         | 34                |
| Contagem             | 14                |
| Timóteo              | 13                |
| Itabira              | 11                |

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

| <b>MUNICÍPIO</b>      | <b>FREQUÊNCIA</b> |
|-----------------------|-------------------|
| Rio de Janeiro        | 74                |
| Campos dos Goytacazes | 14                |
| Itaperuna             | 11                |
| Niterói               | 9                 |
| Duque de Caxias       | 8                 |
| Macaé                 | 7                 |

Tabela 4.3 - Origem dos turistas do estado de São Paulo

| <b>MUNICÍPIO</b>      | <b>FREQUÊNCIA</b> |
|-----------------------|-------------------|
| São Paulo             | 72                |
| Campinas              | 6                 |
| Guarulhos             | 6                 |
| Moji Mirim            | 3                 |
| Santo André           | 2                 |
| São Bernardo do Campo | 1                 |

Tabela 4.4 - Origem dos turistas do estado da Bahia

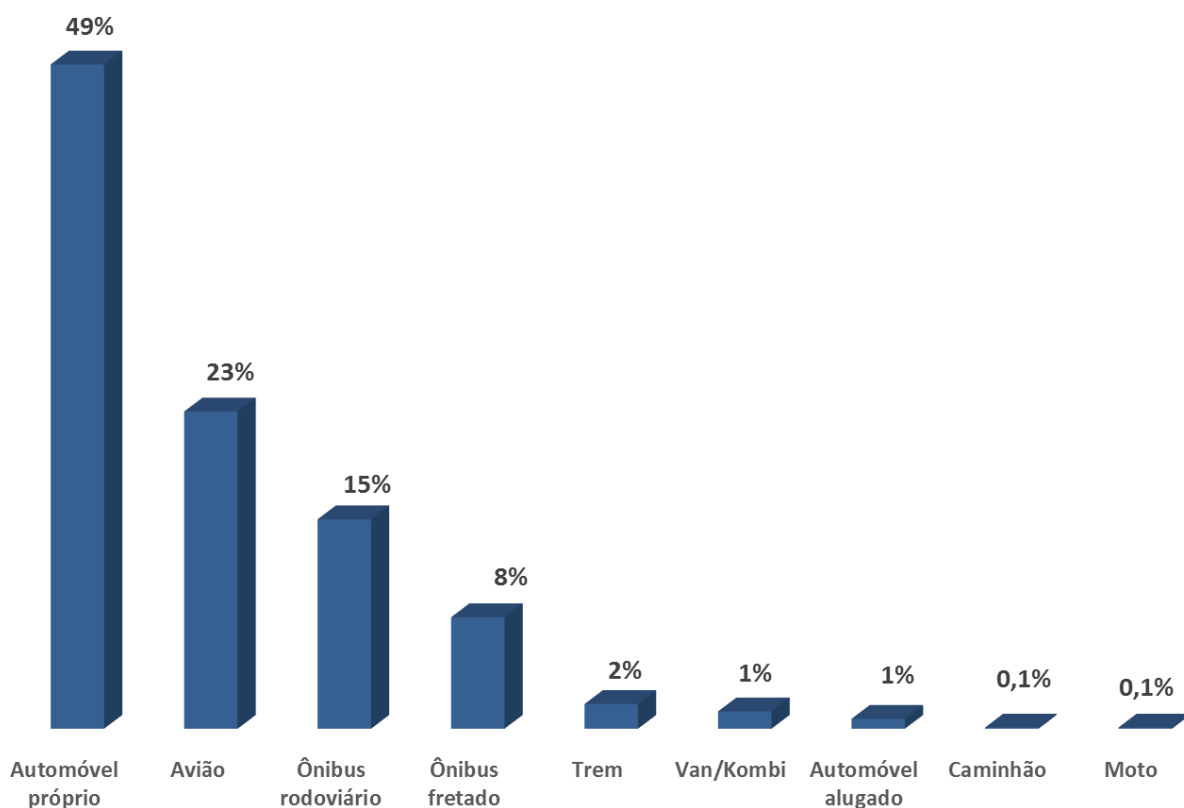
| <b>MUNICÍPIO</b>     | <b>FREQUÊNCIA</b> |
|----------------------|-------------------|
| Salvador             | 18                |
| Teixeira de Freitas  | 12                |
| Mucuri               | 4                 |
| Ilhéus               | 3                 |
| Porto Seguro         | 3                 |
| Vitória da Conquista | 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), 49% realizou a sua viagem ao Espírito Santo utilizando o automóvel próprio. O segundo modal mais utilizado foi o aéreo com 23%. O detalhamento dos modais, para chegada ao estado e a cidade destino, estão a seguir nos gráficos 2 e 3.

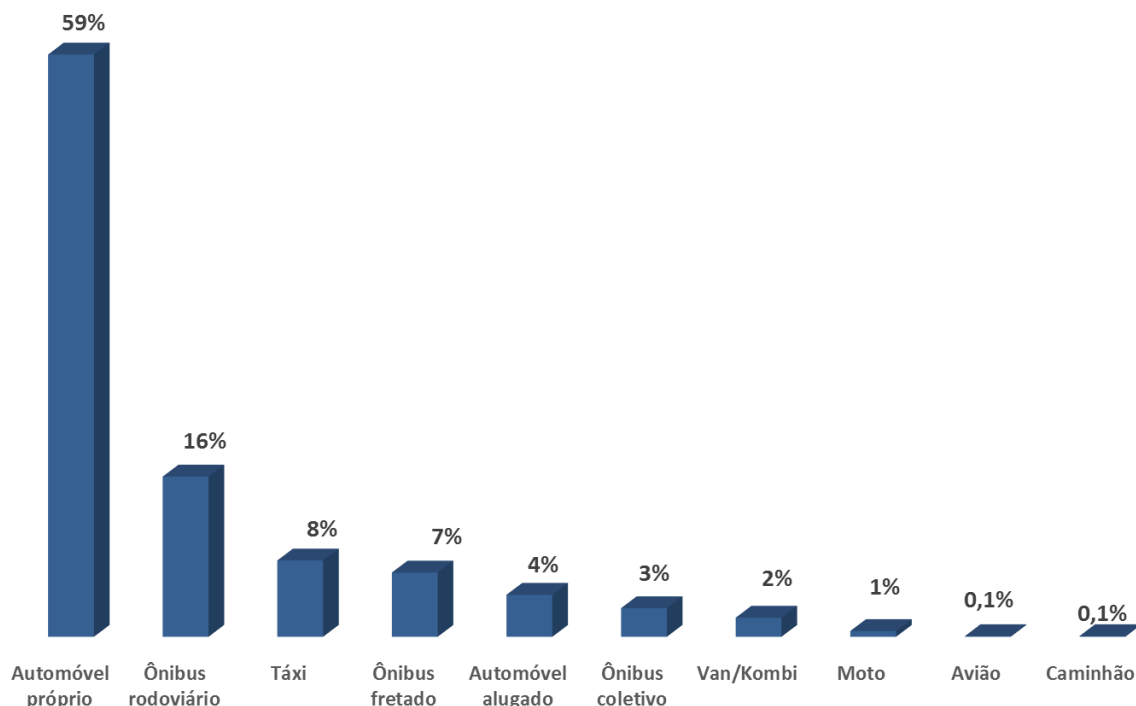
Gráfico 2 – Meio de Transporte para chegar ao Espírito Santo.



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 16%, em terceiro lugar aparece o táxi com 8%. Esse é um modal utilizado em combinação com avião e/ou ônibus rodoviário.



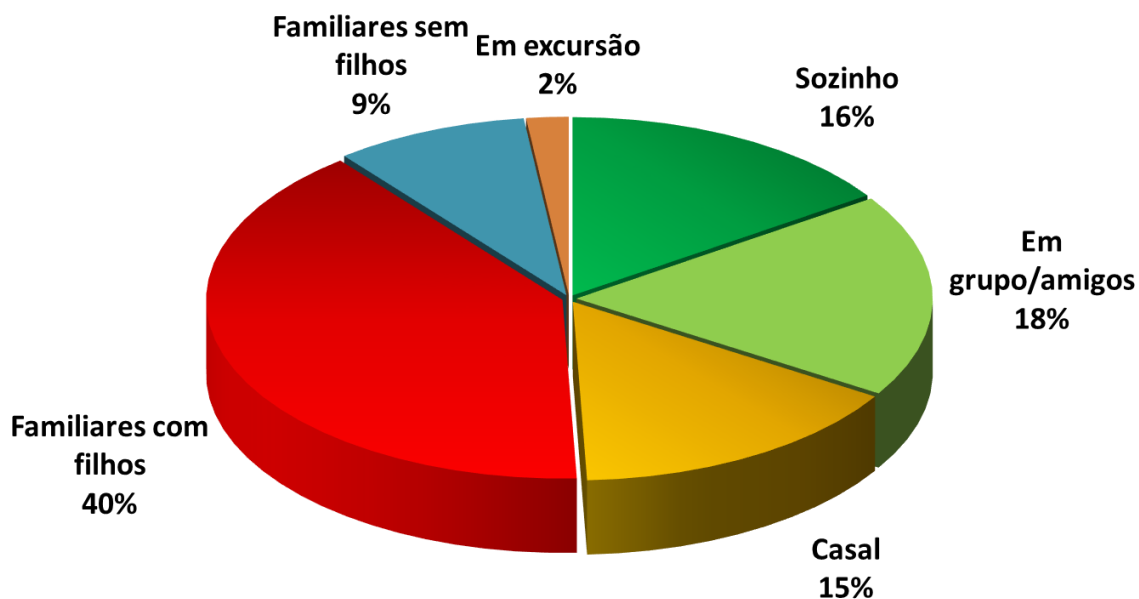
Gráfico 3 – Meio de Transporte para chegar ao Destino.



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, 49% afirmaram estar viajando com familiar, 20% afirmou estar com um grupo de amigos (Grupo de amigos + excursão), 15% estava acompanhado de seu(sua) companheiro(a) e somente 16% afirmou estar sozinho na viagem em questão.

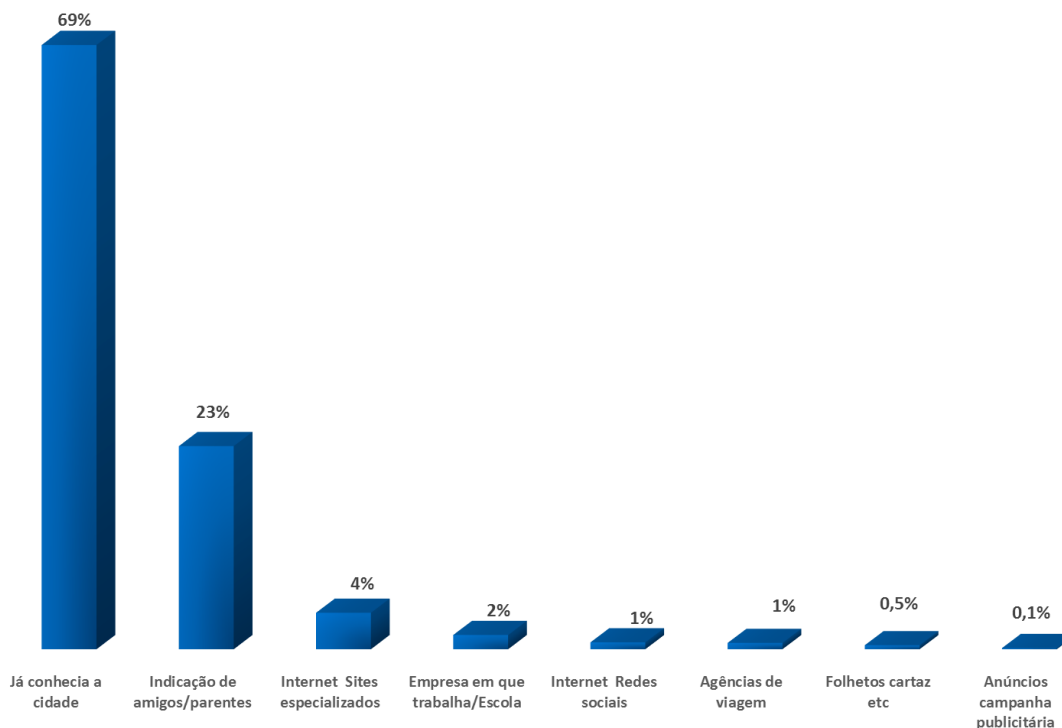
Em média, para os casos que responderam estar viajando acompanhado, o número de acompanhantes era 5,9 pessoas. A mediana obtida para esta variável foi de 3 pessoas.

Gráfico 4 – Viajando com quem?



O gráfico 5, apresenta os meios de informação utilizados para a escolha do destino. 69% Dos entrevistados afirmaram que já conheciam a cidade e estavam 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 5%, foram os principais meios citados para obtenção de informações. Chama a atenção a pouca presença da citação das mídias de massa tradicionais, tais como: jornal, revista, rádio e televisão.

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



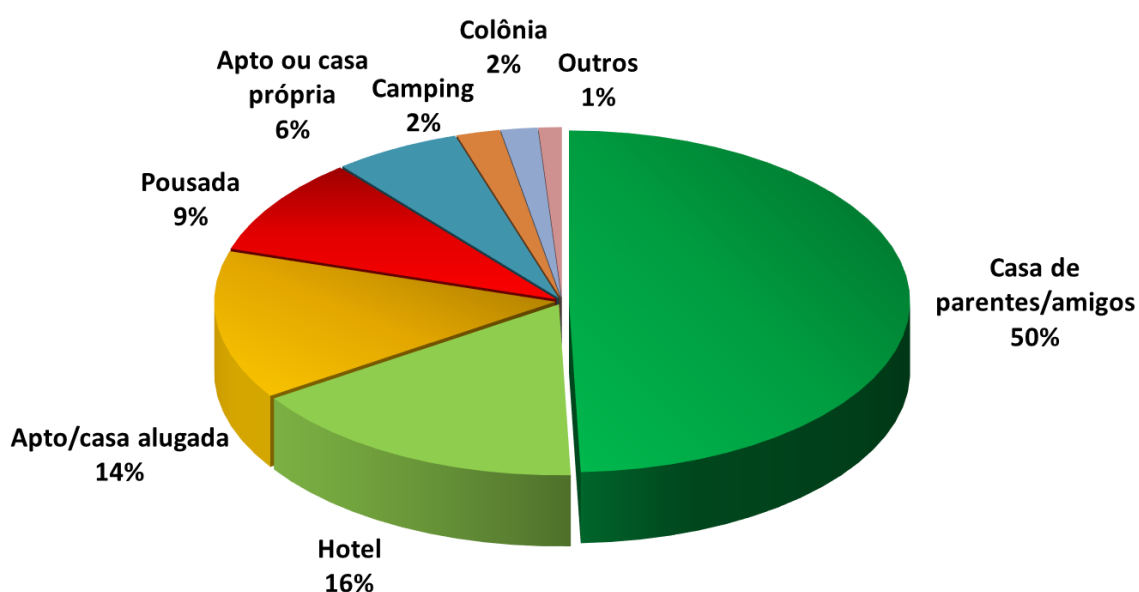
Quando perguntados sobre o principal motivo para a escolha do destino obtivemos as seguintes respostas:

- 73% Lazer e passeio;
- 23% Rever amigos e/ou familiares;
- 3% Estavam a trabalho;
- 1% outros motivos, dentre eles o religioso

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, 87% afirmaram não ter comprado pacote. 94% Não comprou nenhum passeio turístico, 65% afirmaram não ter comprado hospedagem em hotel ou pousada. E por fim, 38% 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.

Em relação ao local da hospedagem, o gráfico 6 traz os percentuais observados das respostas obtidas. Percebe-se que somente ¼ da amostra (25%) afirmou ter utilizado dos serviços de um hotel ou pousada durante a sua estadia no Espírito Santo. Em linha com resultados obtidos na pesquisa do Carnaval 2014, 50% afirmaram ter ficado em “casa de parentes/amigos”. A utilização de colônia e ou camping também aparece com frequência nesta pesquisa.

Gráfico 6 – Local de hospedagem



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 (71%). 23% Afirmaram que devido aos custos, preferiram não ficar hospedados em hotel/pousada.

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

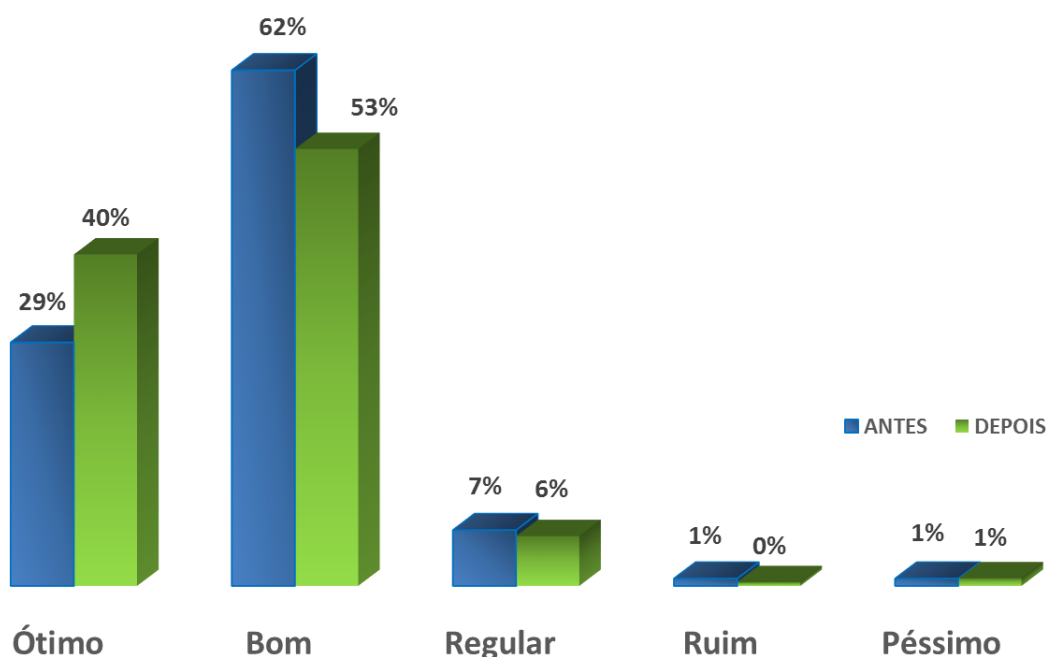
- 71% Disponibilidade de casa de amigos/parentes;
- 23% Custo;
- 1% Falta de vagas na rede;

- 1% escolha pessoal/ preferência;
- 1% alugou casa/apartamento;
- 1% desejavam ter um contato com a natureza;
- 2% Outros motivos.

Na avaliação do entrevistado essa sua estada no Espírito Santo melhorou a sua percepção geral em relação ao destino escolhido. Além da avaliação "ótimo+bom" ter aumentado de 91% para 93% após a viagem, aumentou a classificação de "ótimo", após a viagem

Já em relação ao tempo de permanência no destino obtivemos uma média de 4,21 dias e uma mediana de 4 dias. Este número está alinhado com o tamanho do período (feriado) investigado.

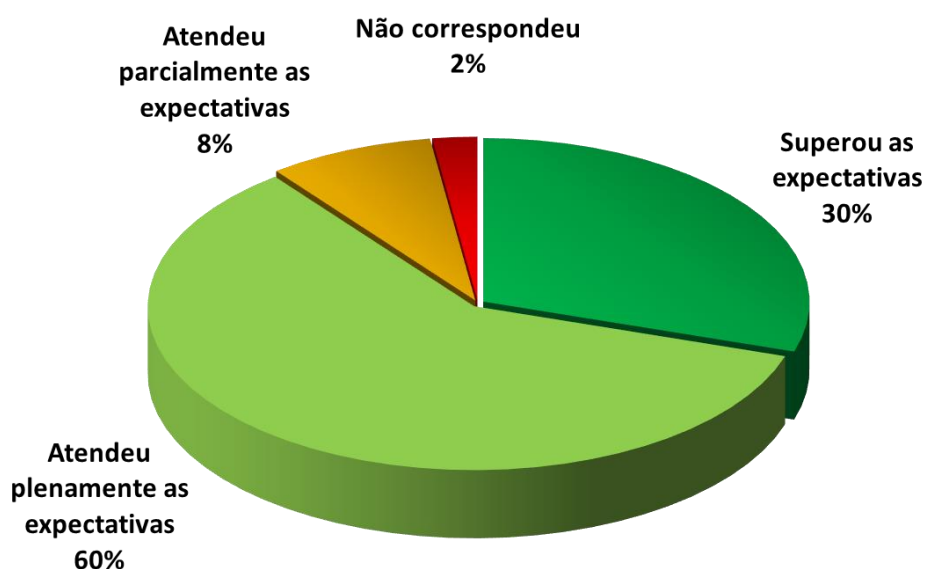
Gráfico 7 – A imagem do destino, antes e depois.



Em relação às expectativas quanto à viagem em questão, podemos afirmar que a experiência da Semana Santa foi melhor que o Carnaval. 60% dos entrevistados (contra 55%), afirmou que a viagem "atendeu plenamente as expectativas". Para 30% (contra 28%) dos entrevistados, a percepção foi ainda mais positiva. Para eles a

viagem “*superou as expectativas*”. Somente 2% (7%) afirmaram “*não ter suas expectativas atendidas*” pela viagem. Por fim, 8% (ante 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, 95% dos respondentes afirmaram pretender retornar nos próximos dois anos. Os 5% remanescentes se dividiram, de forma equânime, entre que pretendem conhecer outros destinos e os 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                  | 79%  | 5%  | 9%                                       | 7%    | 100%  |
| Uma vez por ano               | 95%  | 2%  | 2%                                       | 1%    | 100%  |
| Duas vezes por ano            | 99%  |     | 1%                                       |       | 100%  |
| Mais de duas vezes por ano    | 97%  | 1%  | 1%                                       | 1%    | 100%  |
| Uma vez nos últimos dois anos | 92%  | 4%  |  | 4%    | 100%  |
| Sem uma frequência definida   | 88%  | 4%  | 3%                                       | 6%    | 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: 97%.

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 1.546 turistas entrevistados.

Gráfico 9 – Frequência com que viaja ao Espírito Santo.

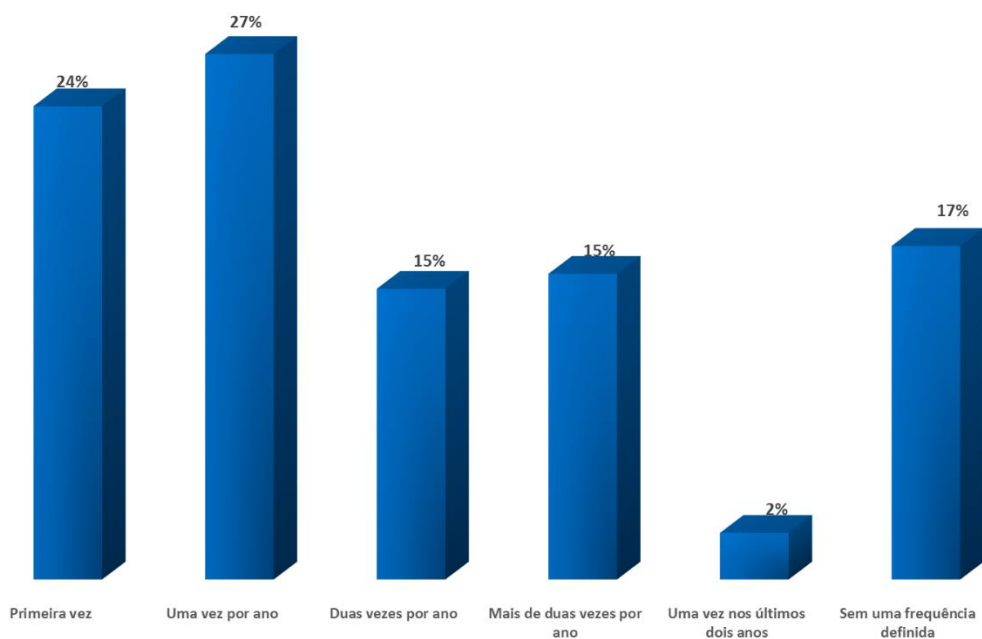
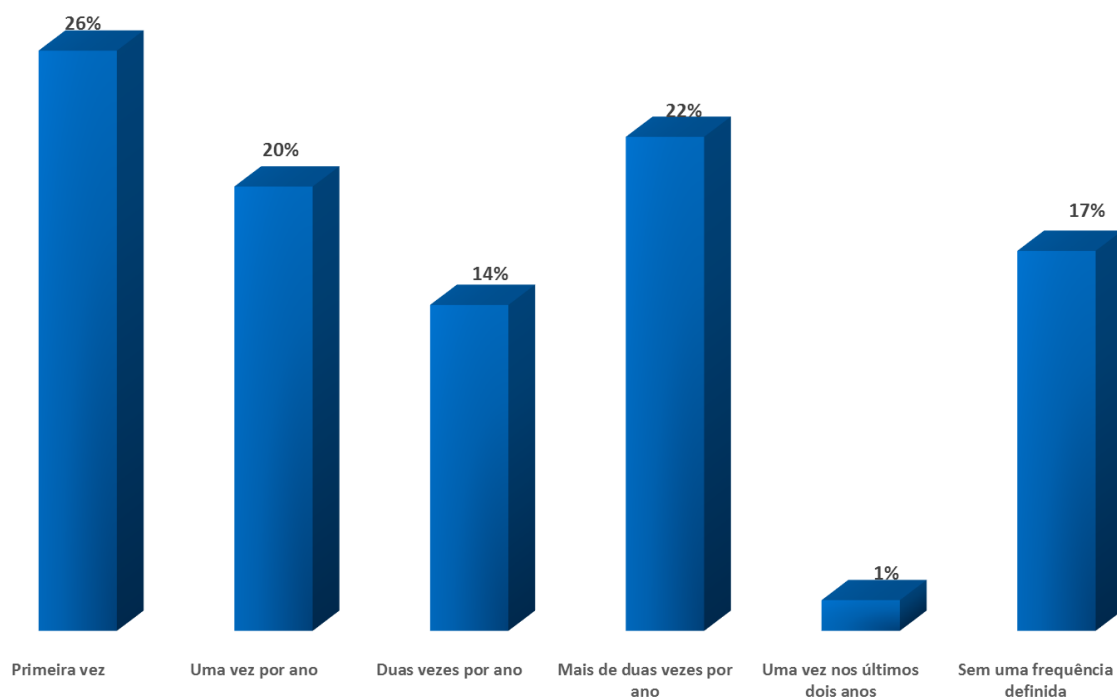


Gráfico 10 – Frequência com que viaja ao Destino.



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 24% e 26% 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 |                                    |                                      |                  |       |
|-------------------------------|---|------------------------------------|--------------------------------------|------------------|-------|
|                               | Superou as expectativas                                       | Atendeu plenamente as expectativas | Atendeu parcialmente as expectativas | Não correspondeu | NS/NR |
| Primeira vez                  | 41%   | 48%                                | 7%                                   | 3%               | 1%    |
| Uma vez por ano               | 27%   | 63%                                | 8%                                   | 2%               |       |
| Duas vezes por ano            | 23%   | 69%                                | 5%                                   | 2%               | 1%    |
| Mais de duas vezes por ano    | 25%   | 58%                                | 13%                                  | 2%               | 1%    |
| Uma vez nos últimos dois anos | 28%   | 64%                                | 4%                                   | 4%               |       |
| Sem uma frequência definida   | 29%   | 56%                                | 12%                                  | 1%               | 2%    |



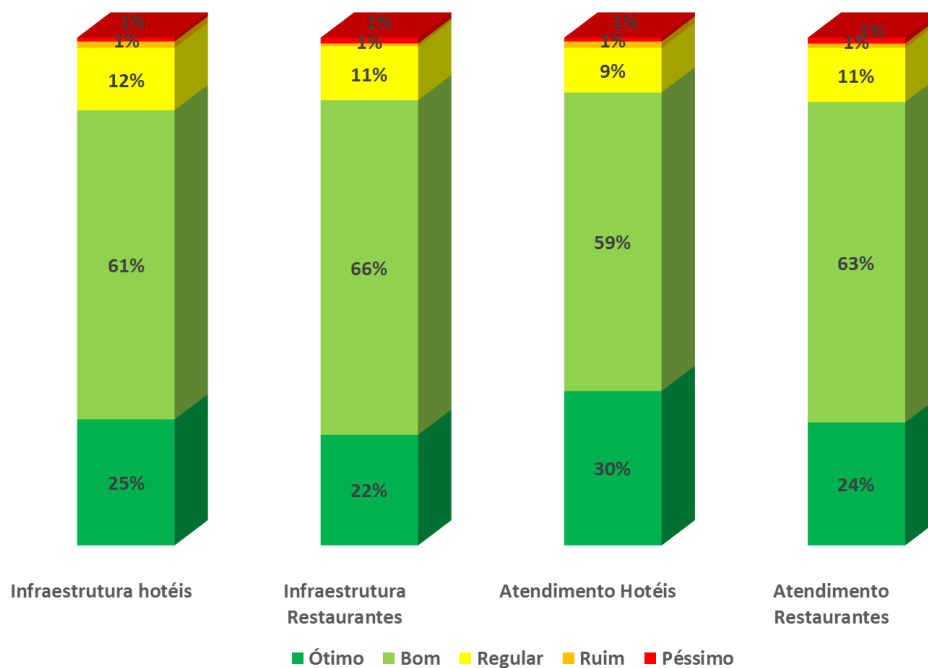
**Tabela 7** – Cruzamento das questões “frequência com que vem ao destino” x “atendimento da expectativa”

|                               | <b>A viagem a este destino atendeu est atendendo as expectativas</b> |   |   |                         |              |
|-------------------------------|--|---|---|-------------------------|--------------|
|                               | <b>Superou as expectativas</b>                                       | <b>Atendeu plenamente as expectativas</b> | <b>Atendeu parcialmente as expectativas</b> | <b>Não correspondeu</b> | <b>NS/NR</b> |
| Primeira vez                  | 38%  | 46%                                       | 11%   | 4%                      | 1%           |
| Uma vez por ano               | 28%  | 66%                                       | 5%  | 1%                      |              |
| Duas vezes por ano            | 23%  | 70%                                       | 5%  | 2%                      |              |
| Mais de duas vezes por ano    | 27%  | 62%                                       | 8%  | 2%                      | 1%           |
| Uma vez nos últimos dois anos | 24%  | 76%                                       |   |                         | 2%           |
| Sem uma frequência definida   | 29%  | 55%                                       | 11%   | 2%                      | 1%           |

## ***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

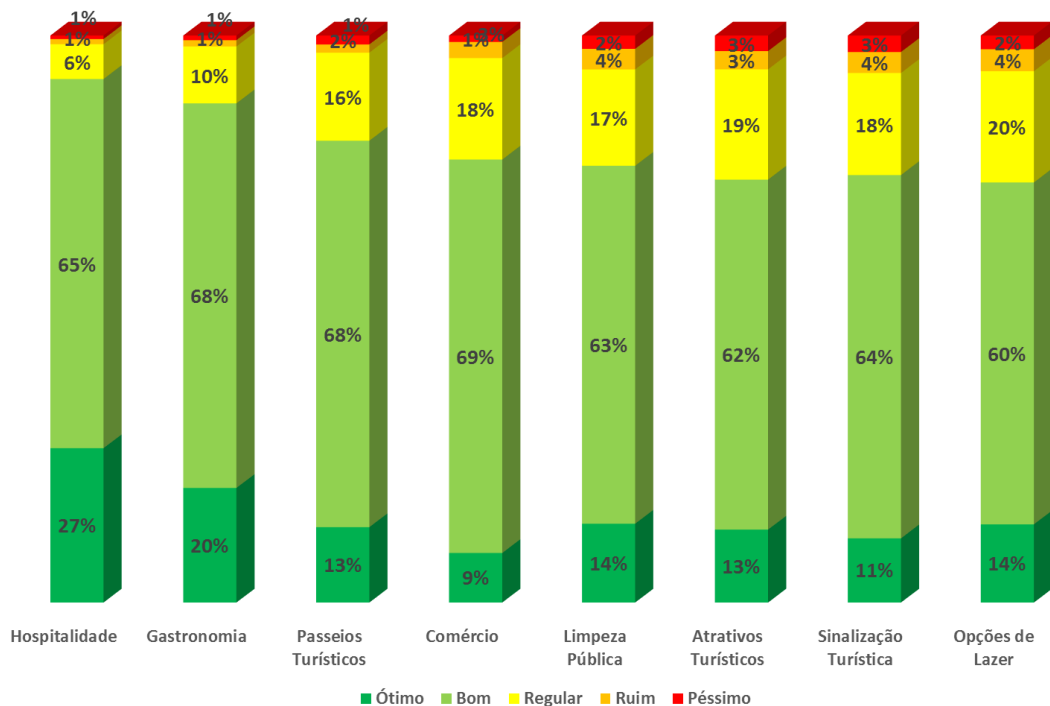
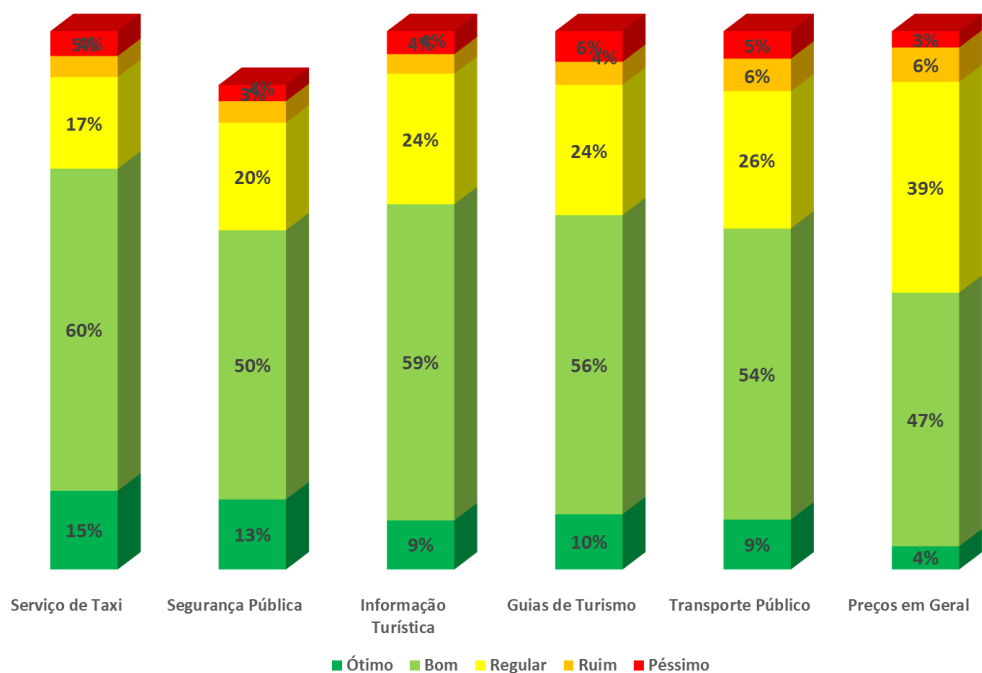


Gráfico 12.2 – Qualificação da infraestrutura oferecida



Foi perguntado aos entrevistados que avaliaram como "ruim" ou "péssimo" o porquê desta avaliação. Os resultados estão nas tabelas 8.1 e 8.2

Tabela 8.1 – Por que da avaliação "ruim" ou "péssimo" da avaliação da infraestrutura

| <b>SEGURANÇA PÚBLICA</b>                      | <b>FREQUÊNCIA</b> |
|---|-------------------|
| Policiamento deficiente                       | 93                |
| Assaltos                                      | 3                 |
| Tráfico/consumo de drogas                     | 1                 |
| NS  | 1                 |
| <b>TRANSPORTE PÚBLICO</b>                     | <b>FREQUÊNCIA</b> |
| Poucos ônibus                                 | 23                |
| Não tem ônibus                                | 12                |
| Demora  | 10                |
| Ônibus lotado                                 | 8                 |
| Mal conservados                               | 3                 |
| NR  | 2                 |
| Faltam opções                                 | 1                 |
| <b>LIMPEZA PÚBLICA</b>                        | <b>FREQUÊNCIA</b> |
| Cidade suja                                   | 43                |
| Praias e ruas sujas                           | 20                |
| Sem garis/coleta                              | 13                |
| NR  | 6                 |
| Povo suja/falta educação                      | 4                 |
| Sem lixeiras                                  | 3                 |
| Urubus  | 1                 |
| <b>COMÉRCIO</b>                               | <b>FREQUÊNCIA</b> |
| Tudo fechado                                  | 18                |
| Pouca variedade                               | 12                |
| Atendimento deficiente                        | 10                |
| Caro  | 8                 |
| Não tem                                       | 3                 |
| Fraco   | 3                 |
| NR  | 3                 |
| <b>ATRATIVOS TURÍSTICOS</b>                   | <b>FREQUÊNCIA</b> |
| Não tem                                       | 32                |
| Poucas opções                                 | 18                |
| Tem que melhorar/investir mais                | 13                |
| NR  | 12                |
| Não tem para criança                          | 1                 |
| <b>INFORMATIVOS TURÍSTICOS</b>                | <b>FREQUÊNCIA</b> |
| Não tem                                       | 30                |
| Insuficiente                                  | 28                |
| NR  | 12                |
| Falta posto de informação                     | 9                 |
| Ninguém sabe informar                         | 6                 |
| <b>SINALIZAÇÃO TURÍSTICA</b>                  | <b>FREQUÊNCIA</b> |
| Poucas  | 44                |
| Não tem                                       | 30                |
| NR  | 6                 |
| Não tem sinalização suficiente para o turista | 4                 |

Tabela 8.2 – Por que da avaliação “ruim” ou “péssimo” da avaliação da infraestrutura

| <b>OPÇÕES DE LAZER</b>                      | <b>FREQUÊNCIA</b> |
|---|-------------------|
| Não tem                                     | 30                |
| Poucas opções                               | 21                |
| NR  | 17                |
| Sem lazer para criança                      | 2                 |
| Falta museu/teatro/cinema                   | 2                 |
| Casa noturnas                               | 1                 |
| Falta de informação                         | 1                 |
| Farofeiro                                   | 1                 |
| Faltam bons bares e horários mais flexíveis | 1                 |
| Não investem em turismo                     | 1                 |
| Não tem placa sinalizando os locais         | 1                 |
| Quiosques em péssimo estado                 | 1                 |
| Só tem a orla                               | 1                 |
| Só tem restaurante e botequim               | 1                 |
| Só tema feirinha                            | 1                 |
| Somente shopping                            | 1                 |
| <b>GUIAS DE TURISMO</b>                     | <b>FREQUÊNCIA</b> |
| Não tem                                     | 27                |
| Não viu                                     | 5                 |
| NR  | 2                 |
| Sem opção                                   | 1                 |
| <b>SERVIÇO DE TÁXI</b>                      | <b>FREQUÊNCIA</b> |
| Não vi/não tinha                            | 16                |
| Caros                                       | 5                 |
| Não usam taxímetro                          | 4                 |
| Poucos táxis                                | 2                 |
| Não tem a noite                             | 2                 |
| Exploram                                    | 2                 |
| Táxis ruins                                 | 2                 |
| Péssimo atendimento                         | 1                 |
| NR  | 1                 |
| <b>PASSEIOS TURÍSTICOS</b>                  | <b>FREQUÊNCIA</b> |
| Não tem                                     | 11                |
| Poucas opções                               | 7                 |
| NR  | 3                 |
| Falta de acesso                             | 1                 |
| Falta treinamento para guia                 | 1                 |
| <b>HOSPITALIDADE</b>                        | <b>FREQUÊNCIA</b> |
| Não são hospitaleiros                       | 10                |
| Péssimo atendimento                         | 8                 |
| Fui mal tratado                             | 3                 |
| NR  | 1                 |
| <b>GASTRONOMIA E RESTAURANTES</b>           | <b>FREQUÊNCIA</b> |
| Poucos/pouca opção                          | 16                |
| NR  | 4                 |
| Sem qualidade                               | 3                 |
| Precários                                   | 2                 |
| Péssimo atendimento                         | 1                 |
| <b>PREÇOS EM GERAL</b>                      | <b>FREQUÊNCIA</b> |
| Preços abusivos/muito caro                  | 133               |
| NR  | 7                 |



A tabela 9 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 44% do total de citações. Destacamos que esta pergunta permitia múltiplas respostas.

**Tabela 9 – Atividades realizadas no destino**

| <b>ATIVIDADES QUE DESENVOLVEU</b>           | <b>FREQUÊNCIA</b> | <b>%</b>    |
|---|-------------------|-------------|
| Frequentou praias                           | 1133              | 44%         |
| Conheceu pratos e comidas típicas           | 305               | 12%         |
| Atividades na Natureza/Caminhadas/Parques   | 237               | 9%          |
| Diversão Noturna/Shows/Boates               | 228               | 9%          |
| Visita a atrativos histórico culturais      | 215               | 8%          |
| Fez visita a parque temático                | 91                | 4%          |
| Praticou Esportes de Aventura/recreacionais | 67                | 3%          |
| Fez City Tour                               | 50                | 2%          |
| Foi ao shopping/fez compras                 | 41                | 2%          |
| Visitou parente/amigos                      | 40                | 2%          |
| Realizou Atividades em meio rural           | 40                | 2%          |
| Participou de Festas Populares              | 38                | 1%          |
| Fez Contatos Profissionais                  | 35                | 1%          |
| Frequentou bares e restaurantes             | 28                | 1%          |
| Assistiu a eventos esportivos               | 23                | 1%          |
| Visita a Garoto                             | 10                | 0,4%        |
| Outros                                      | 24                | 0,9%        |
| <b>TOTAL DE CITAÇÕES</b>                    | <b>2.605</b>      | <b>100%</b> |

A pesquisa questionou ainda se o entrevistado sentiu falta de algo no destino. 45% dos entrevistados não apontou nenhuma carência no destino em que esteve hospedado. A tabela 10 apresenta em detalhes as resposta a esta pergunta.

**Tabela 10 – O que faltou no destino, segundo o turista.**

| <b>O QUE FALTOU NO DESTINO</b>         | <b>FREQUÊNCIA</b> | <b>%</b> |
|--|-------------------|----------|
| Infraestrutura para atender ao turista | 194               | 24%      |
| Opções de lazer                        | 129               | 16%      |
| Bancos caixa eletrônicos               | 123               | 15%      |
| Informações turísticas                 | 118               | 15%      |
| Segurança                              | 66                | 8%       |
| Água/energia/telefonía                 | 52                | 6%       |
| Transporte público                     | 49                | 6%       |
| Assistência médica para o turista      | 47                | 6%       |
| Bons hotéis                            | 28                | 3%       |

## ***GASTO MÉDIO***

A tabela 11 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 11 – Gastos realizados durante a visita

| ITEM                                       | GASTO    |               |            |            |
|--|----------|---------------|------------|------------|
|  | Mínimo   | Máximo        | Médio      | Mediano    |
| Deslocamento até o destino                 | R\$ 0,00 | R\$ 6.000,00  | R\$ 312,54 | R\$ 180,00 |
| Deslocamento interno (dentro do município) | R\$ 0,00 | R\$ 6.000,00  | R\$ 125,83 | R\$ 50,00  |
| Hospedagem                                 | R\$ 0,00 | R\$ 7.800,00  | R\$ 734,94 | R\$ 500,00 |
| Alimentação                                | R\$ 0,00 | R\$ 4.800,00  | R\$ 316,86 | R\$ 200,00 |
| Atrativos e Passeios                       | R\$ 0,00 | R\$ 4.000,00  | R\$ 214,60 | R\$ 150,00 |
| Compras                                    | R\$ 0,00 | R\$ 7.800,00  | R\$ 207,31 | R\$ 100,00 |
| Outros Gastos                              | R\$ 0,00 | R\$ 3.800,00  | R\$ 203,30 | R\$ 100,00 |
| Gasto Total                                | R\$ 0,00 | R\$ 12.500,00 | R\$ 711,87 | R\$ 400,00 |
| Gasto por dia de permanência               | R\$ 0,00 | R\$ 4.250,00  | R\$ 193,17 | R\$ 100,00 |
| Gasto per capita                           | R\$ 0,00 | R\$ 6.700,00  | R\$ 292,53 | R\$ 150,00 |

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 12 – Fluxo de veículos nas rodovias.

| <b>RODOVIA</b>                        | <b>20/04/2014</b> | <b>21/04/2104</b> | <b>TOTAL</b> |
|---------------------------------------|-------------------|-------------------|--------------|
| BR 101 Posto 2 PRF Km 56 - São Mateus | 912               | 1.324             | 2.236        |
| BR 101 Posto 2 Km 411 - Safra         | 973               | 3.847             | 4.820        |
| ES 490 Posto 8 BTPM - Itapemirim      | 1.425             | 3.460             | 4.885        |
| BR 262 Posto 2 Km 159- Ibatiba        | 2.366             | 4.280             | 6.646        |
| BR 259 8 ° RPM - Aymores/MG           | 589               | 1.750             | 2.339        |
| ES 060 Posto 6 KM 13 - Rodovia do Sol | 10.082            | 7.628             | 17.710       |
| BR 101Posto 1 Km 250 - Serra          | 3.567             | 3.786             | 7.353        |

\*\*\*

## ***QUESTIONÁRIO UTILIZADO***

**Pesquisa de Demanda Turística – SEMANA SANTA 2014**

| <b>CONTROLE</b> |                      |
|-----------------|----------------------|
| 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:**

|                               |              |            |                |             |                |           |           |
|-------------------------------|--------------|------------|----------------|-------------|----------------|-----------|-----------|
| <b>3.1.1 Antes da Viagem:</b> | <b>ÓTIMO</b> | <b>BOM</b> | <b>REGULAR</b> | <b>RUIM</b> | <b>PÉSSIMO</b> | <b>NA</b> | <b>NR</b> |
|-------------------------------|--------------|------------|----------------|-------------|----------------|-----------|-----------|

|                                |              |            |                |             |                |           |           |
|--------------------------------|--------------|------------|----------------|-------------|----------------|-----------|-----------|
| <b>3.1.2 Depois da Viagem:</b> | <b>ÓTIMO</b> | <b>BOM</b> | <b>REGULAR</b> | <b>RUIM</b> | <b>PÉSSIMO</b> | <b>NA</b> | <b>NR</b> |
|--------------------------------|--------------|------------|----------------|-------------|----------------|-----------|-----------|

**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  |

#### 3.3.1 – Para cada nota “ruim” ou “péssimo” informar o porquê dá nota concedida.

### 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          | _____   |
| (3) Assistência médica para o turista | (8) Segurança                                     |
| (4) Bons hotéis                       | (9) Transporte público                            |
| (5) Bons restaurantes                 | (10) Opções de lazer. Qual? _____                 |
| (6) Informações turísticas            | (11) NS/NR  |
|                                       | (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 (2) Trabalho/negócios

(3)Visita a parentes/amigos

(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.

Posto Ibatiba, os entrevistadores chegaram lá e tinha um comunicado na porta dizendo que o posto só abriria na terça devido o feriado. Mais tarde acordou um policial que estava dormindo dentro da cabine, mais disse que por estar sozinho não poderia parar os carros, mas mais tarde começou a abordar e conseguimos cumprir a meta diária.

Em Aimorés os entrevistadores chegaram e só tinha um policial ambiental na cabine que disse que os policiais estavam de folga por ter feito blitz a madrugada toda. No primeiro dia não apareceu nenhuma polícia rodoviária federal.

No segundo dia em Aimorés quando os entrevistadores chegaram a cabine estava fechada. Às 09:00 passou um senhor em um Meriva Prata e disse que 2 policiais saíram para fazer uma ocorrência e que no almoço iria ter mais 2 policiais para dar suporte.

Na Rodovia do Sol os policiais param quando estão lá, mais saem muito para ocorrência.

Na Rodovia da Serra os policiais disseram não ter recebido nenhum ofício, mais foi conversado e eles pararam apenas 6 no primeiro dia, às 08:00h do segundo dia o sr. Rafael Granvilla da SETUR estava no posto da Serra conversando com os policiais, resolvendo a pendência

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.



gMR

Inteligência & Pesquisa

+55 (21) 3500-7617

Rua Dr. Nilo Peçanha, nº 80 |  
Ingá - Niterói - RJ | Cep:24.210-480  
[gmrpesquisa.com.br](http://gmrpesquisa.com.br)