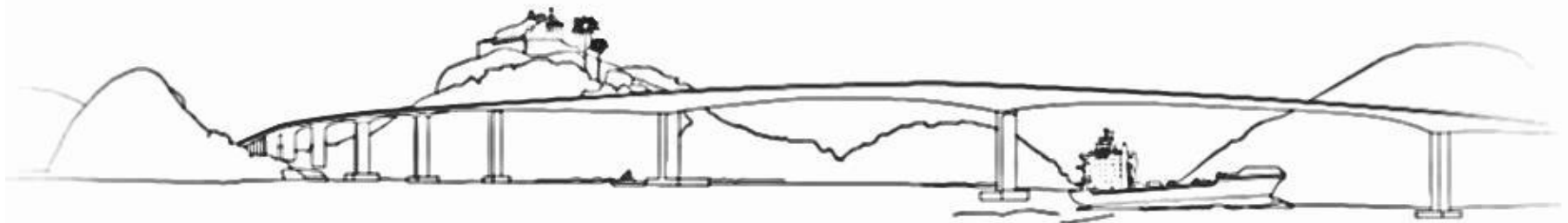


RELATÓRIO DA PESQUISA DE DEMANDA TURÍSTICA: EVENTO RALLY MAKERS

Março de 2014





Cliente:

SECRETARIA DE ESTADO DE TURISMO - ES

Projeto:

*Relatório da Pesquisa de Demanda Turística:
Rally Makers 2014*

Data:

21/03/2014

Empresa Responsável:

GMR Inteligência de Mercado

Abordagem:

Quantitativa

Coleta:

Entrevista Pessoal

Tamanho da Amostra:

153 entrevistas pessoais, presenciais

Data da Coleta

14 a 15 de Março de 2014



9% Feminino

91% Masculino

38,2 Anos (média)

38 Anos (mediana)



60% Casado (a)

36% Solteiro(a)

3% Separado(a)

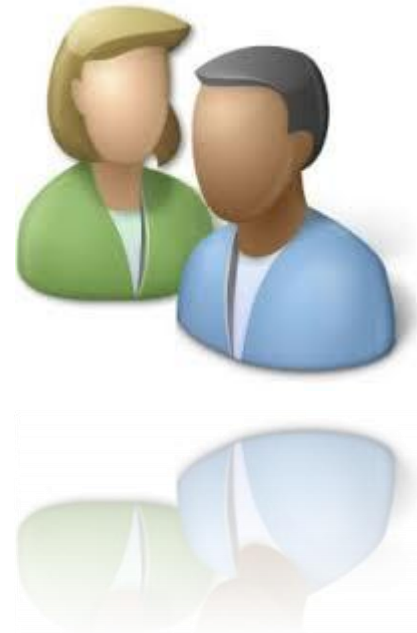
1% Viúvo(a)

6% Fundamental

36% Ensino Médio

43% Ensino Superior

15% Pós Graduação



- 4%** De R\$ 701 a R\$ 1.400
- 7%** De R\$ 1.401 a R\$ 2.100
- 11%** De R\$ 2.101 a R\$ 3.500
- 14%** De R\$ 3.501 a R\$ 5.600
- 11%** De R\$ 5.601 a R\$ 7.000
- 16%** De R\$ 7.001 a R\$ 10.500
- 37%** Mais de R\$ 10.501

O Evento | Algumas observações

- O evento que ocorreu em Linhares era claramente um evento extremamente segmentado. As equipes participantes da competição vieram de diferentes locais do Brasil, indicando o poder de atração turística, ainda que limitada, do evento.
- Os entrevistados eram, em sua maioria, integrantes/participantes do evento.

REGIÕES TURÍSTICAS DO ESPÍRITO SANTO



Avaliação | Origem do entrevistado



1% Estrangeira

- Entrevistamos um inglês que estava no evento

99% Nacional



Avaliação | Origem do entrevistado

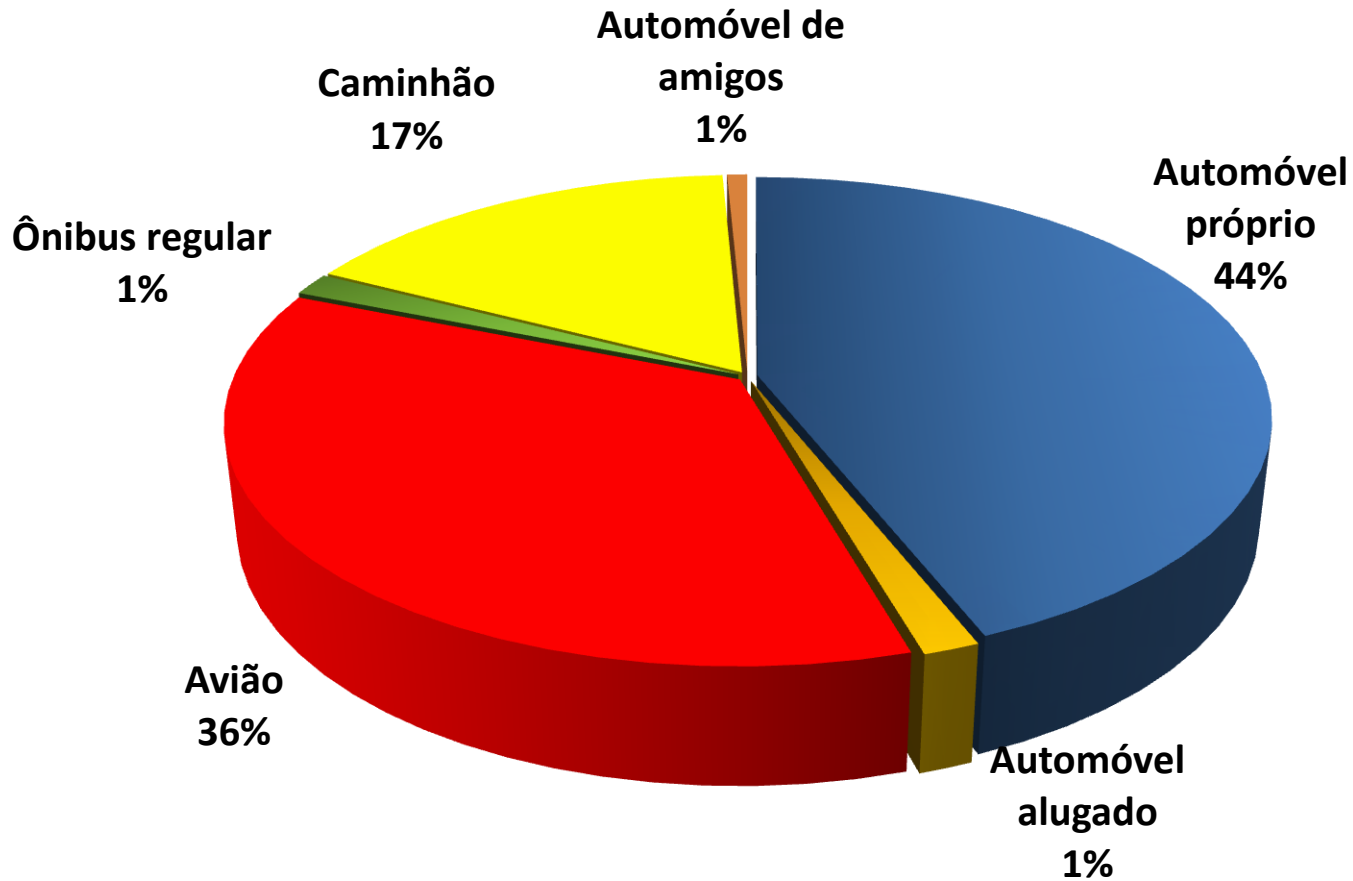


ESTADO	FREQUÊNCIA	%
SP	67	44%
ES	23	15%
RJ	15	10%
MG	11	7%
PR	10	7%
SC	9	6%
BA	5	3%
PB	5	3%
GO	4	3%
DF	3	2%

A relação dos municípios de origem do entrevistado está no banco de dados

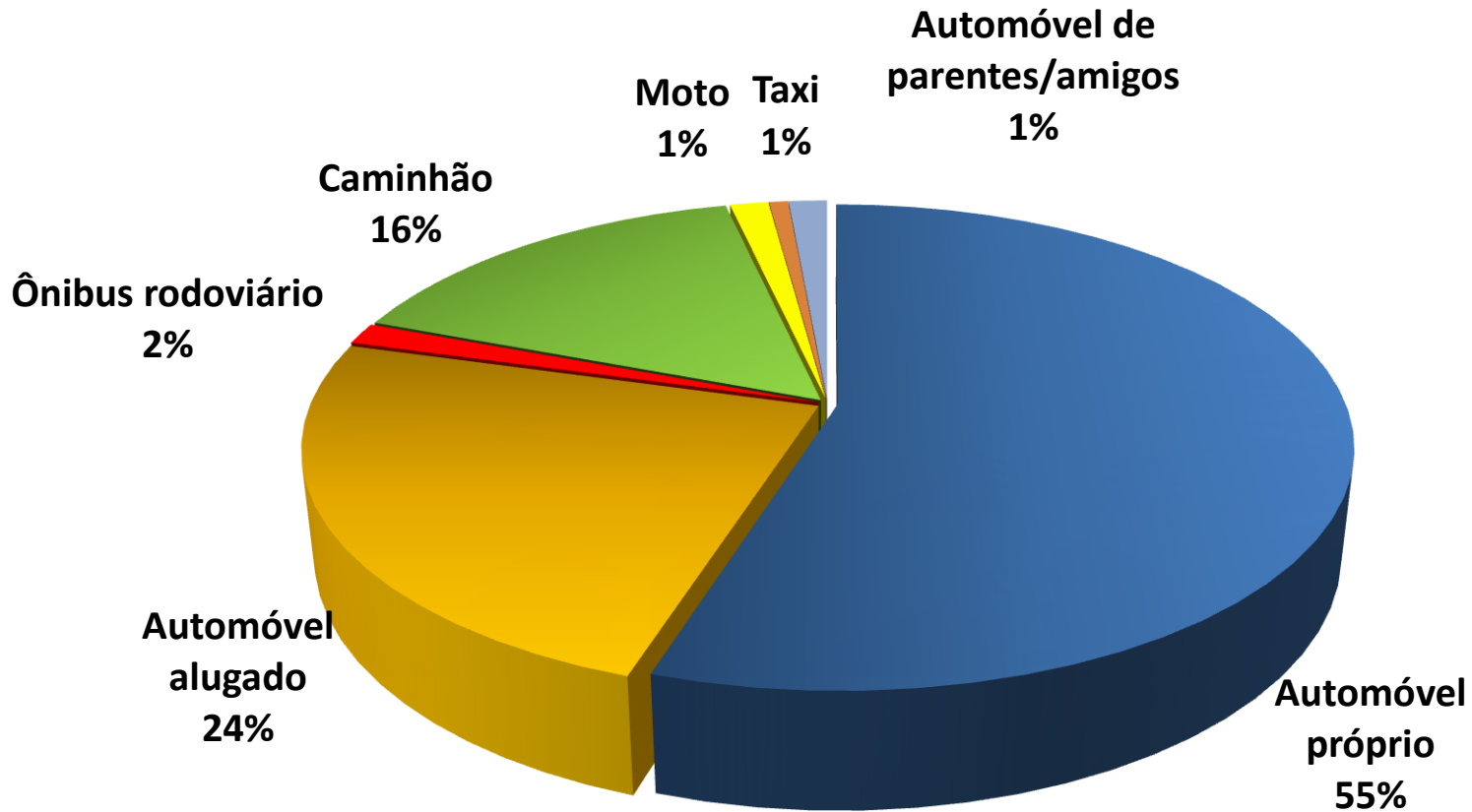
Avaliação | A Viagem

Meio de transporte utilizado para chegar ao Espírito Santo

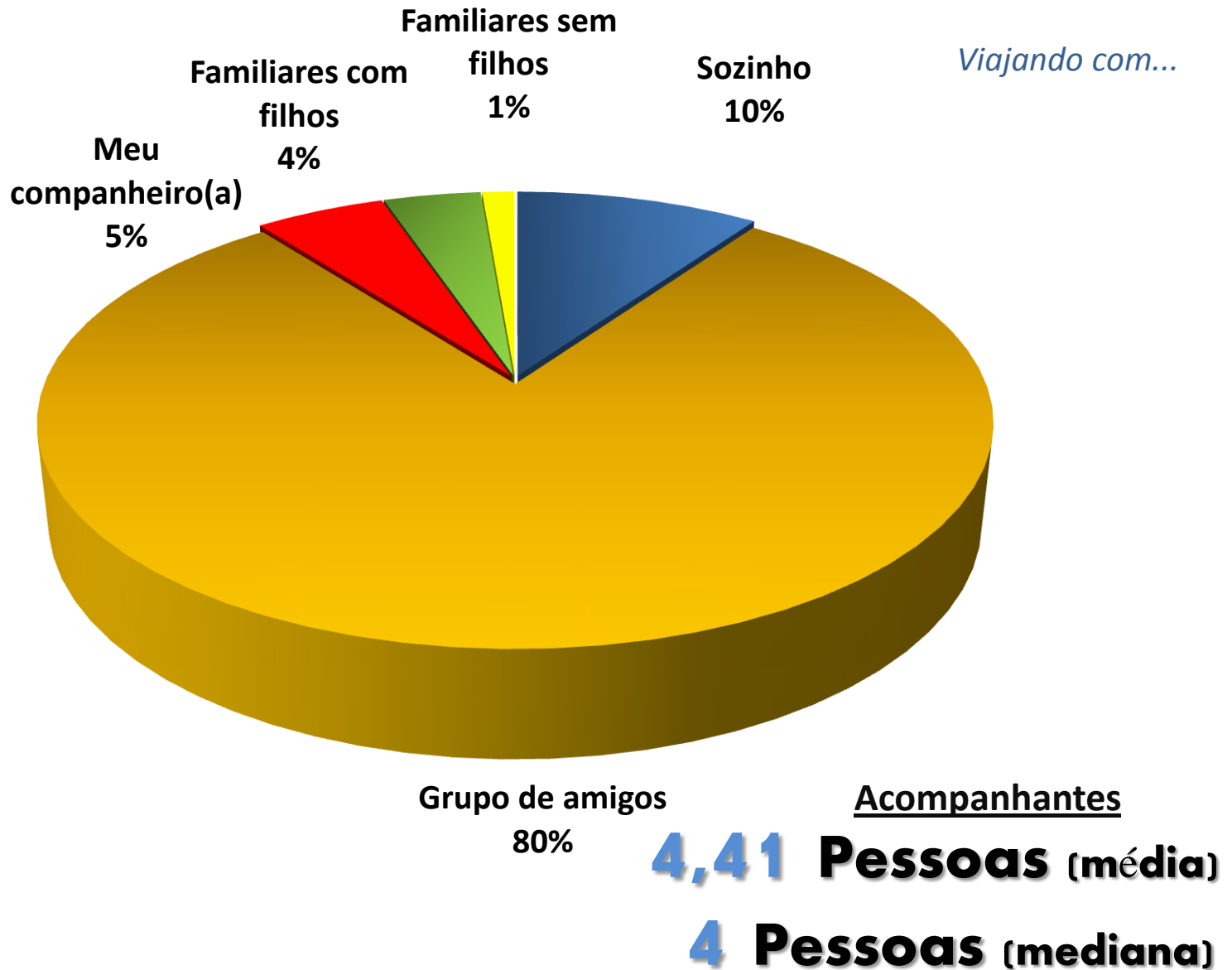


Avaliação | A Viagem

Meio de transporte utilizado para chegar ao Destino

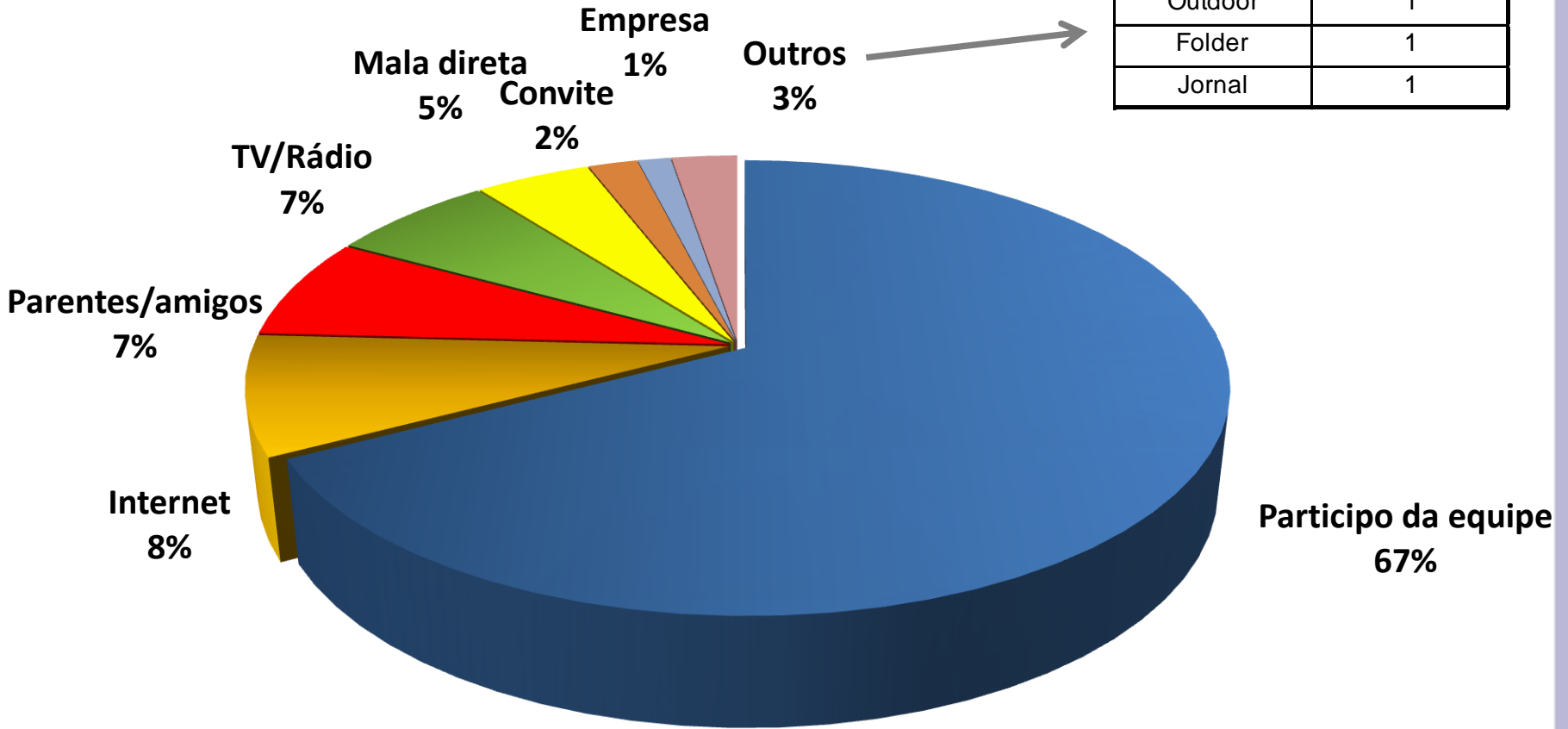


Avaliação | A Viagem



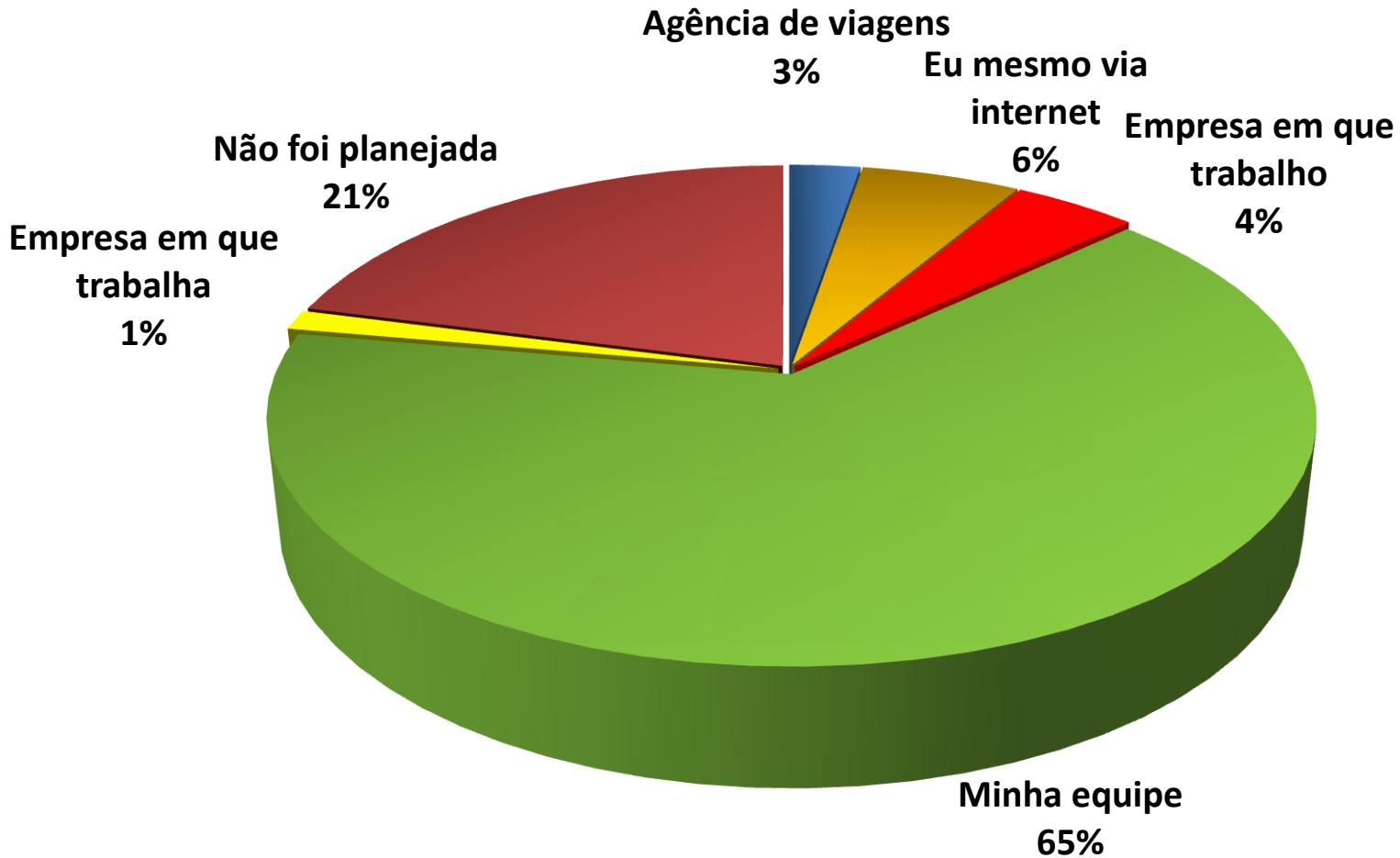
Avaliação | A Viagem

Como tomou conhecimento do evento



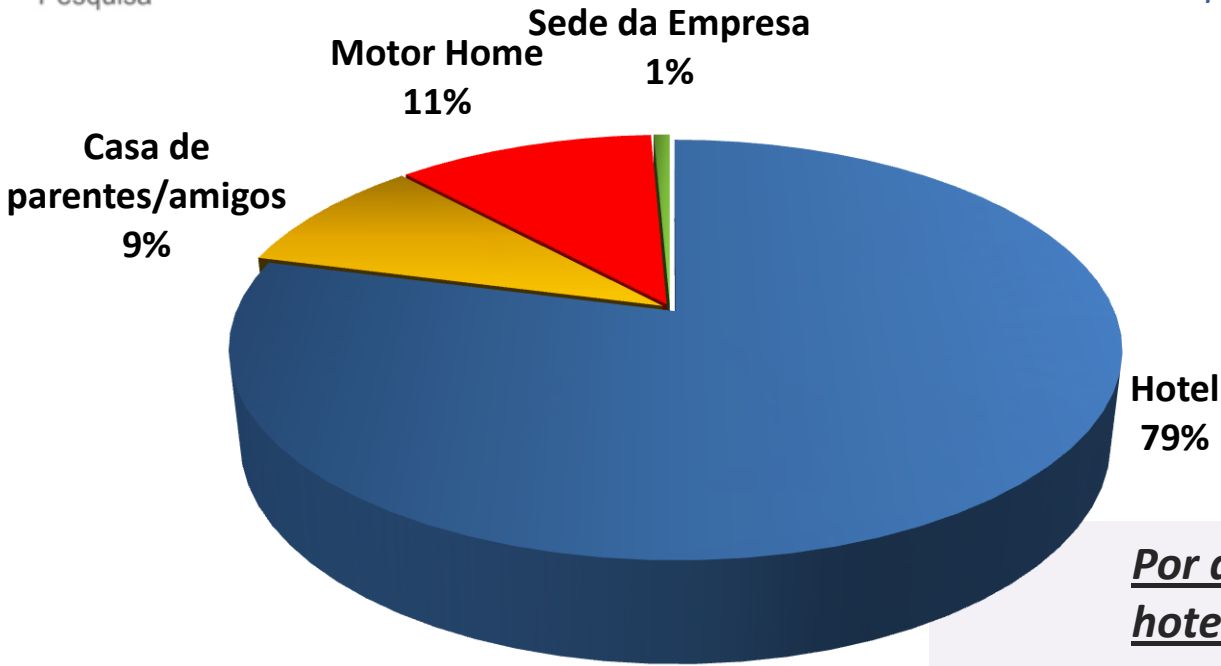
Avaliação | A Viagem

A viagem foi organizada por ...



Avaliação | A Viagem

Local de hospedagem



Por que não se hospedou em hotel ou pousada?

45% Disponibilidade de casa de amigos e parentes

55% Custo

É a primeira vez que vem ao evento?

97% **Sim**

3% **Não**

É a primeira vez que vem ao destino (Linhares)?

70% **Sim**

30% **Não**

O fato de Linhares sediar este evento influenciou a sua decisão de vir à cidade?

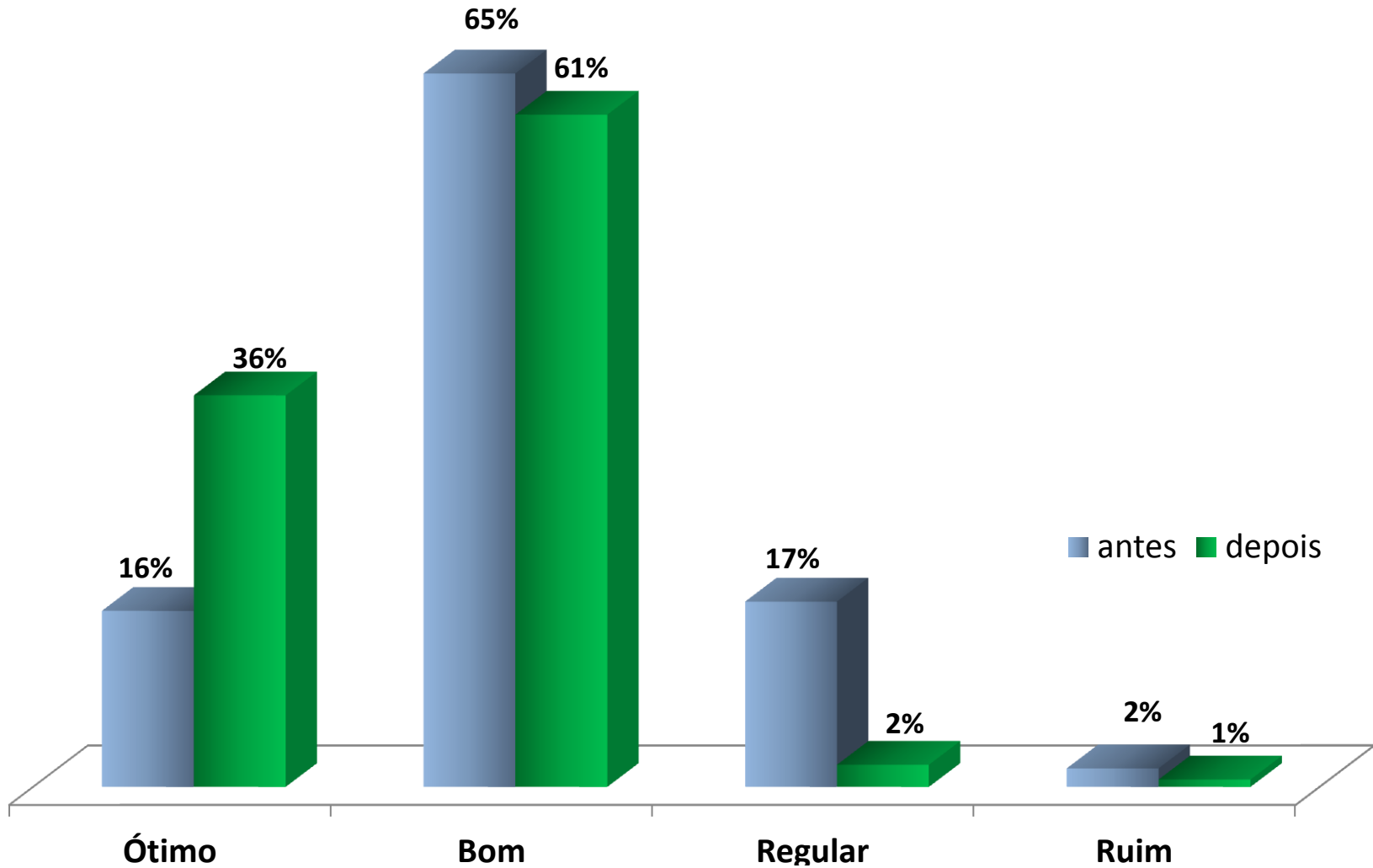
66% **Muito**

5% **Pouco**

29% **Não influenciou**

Avaliação | A Viagem

Qual a imagem do destino?



Avaliação | A Viagem

Em relação as suas expectativas, esta viagem...

Atendeu
parcialmente as
expectativas
8%

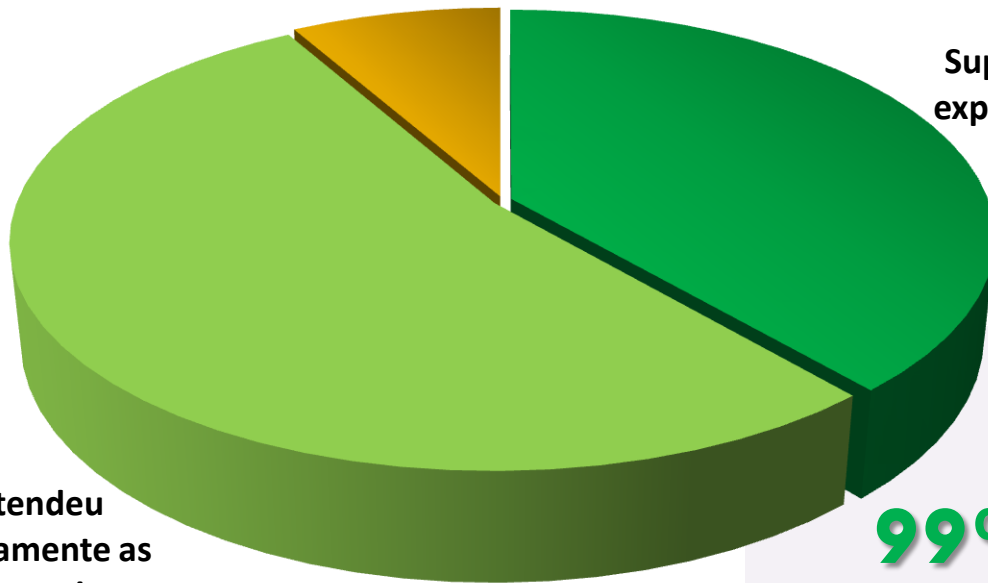
Superou as
expectativas
39%

Atendeu
plenamente as
expectativas
53%

99% Pretendem voltar ao
evento no próximo ano

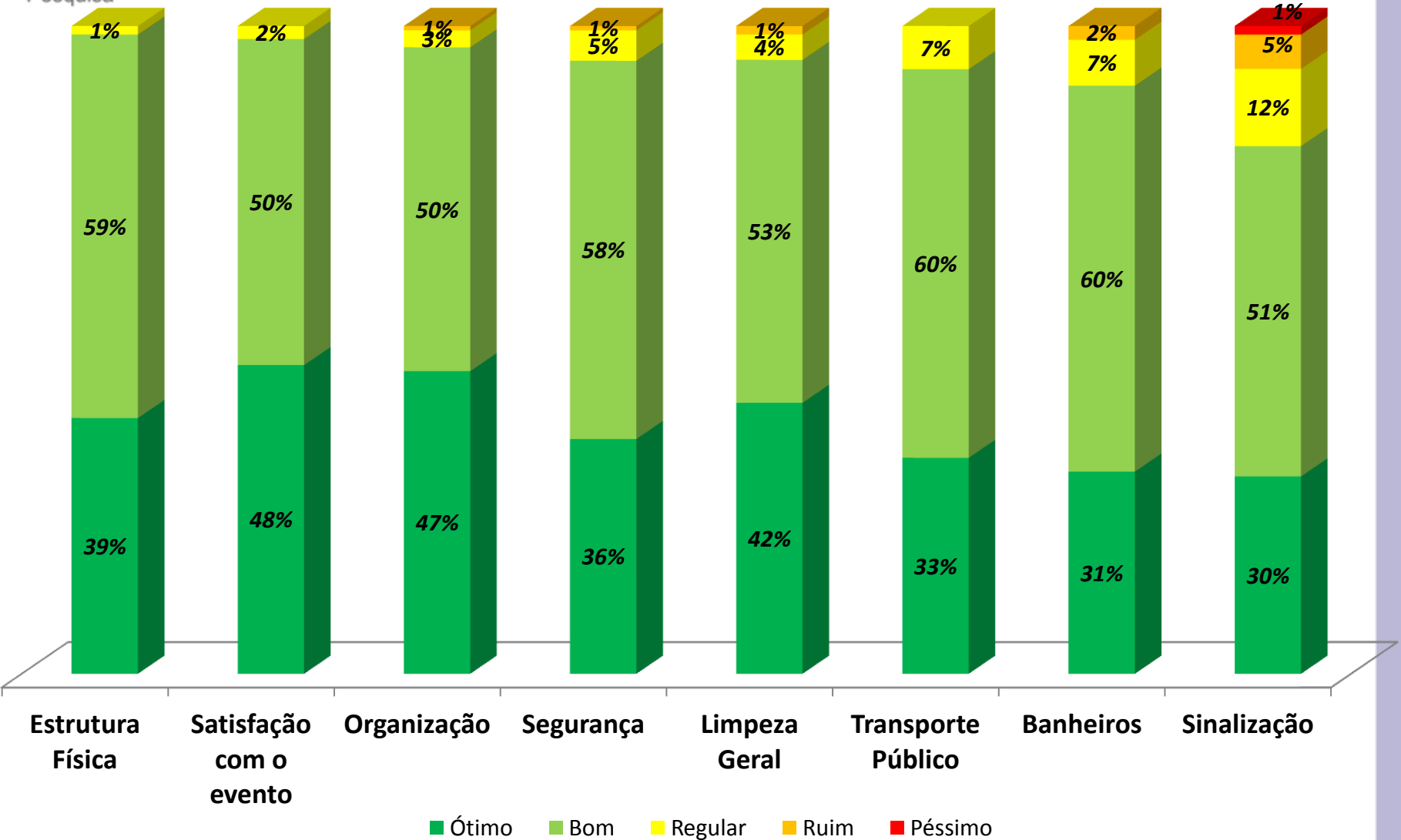
100% Recomendam o evento

99% Pretendem voltar ao
destino



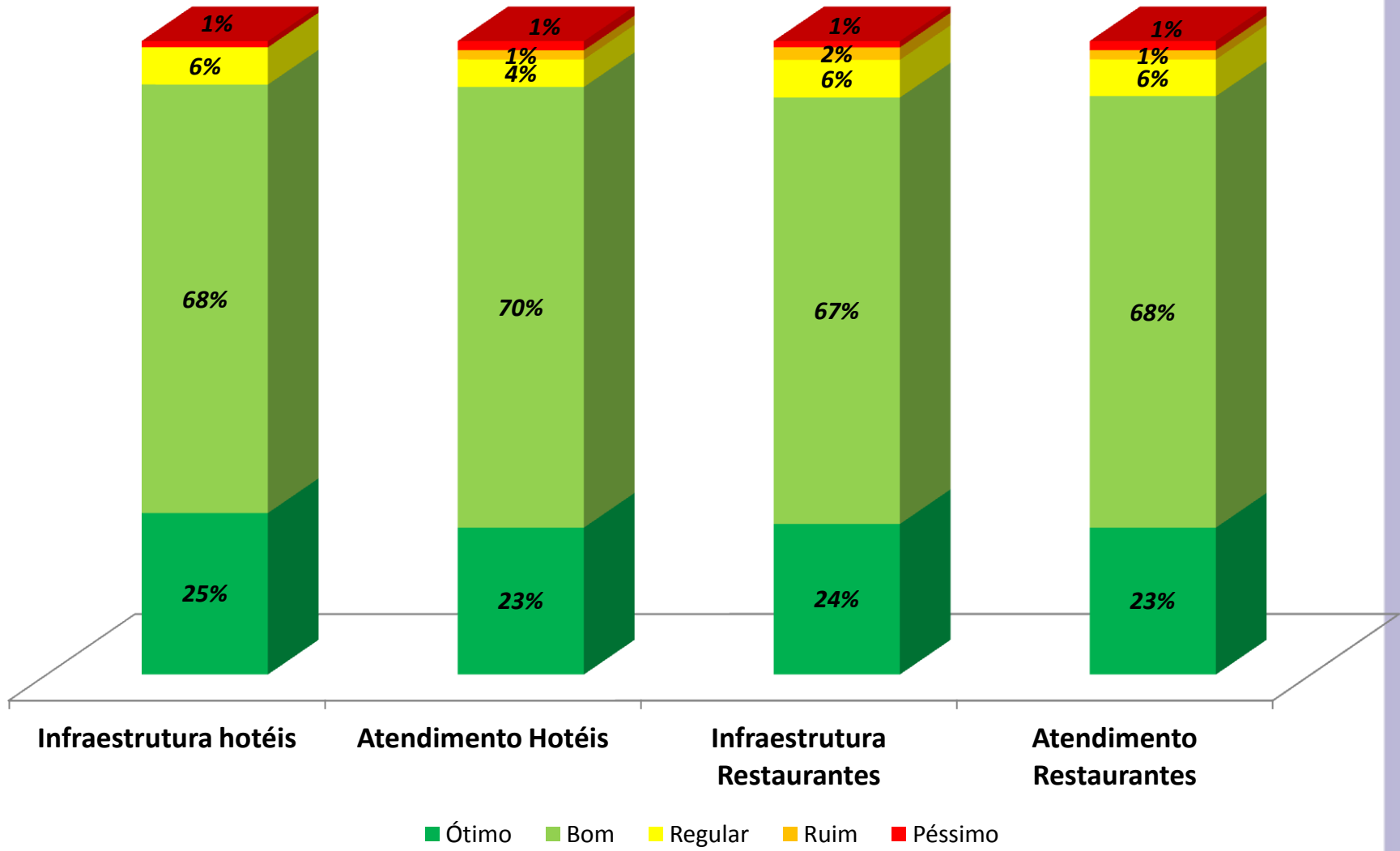
Avaliação | O evento

Qualificação das instalações e serviços



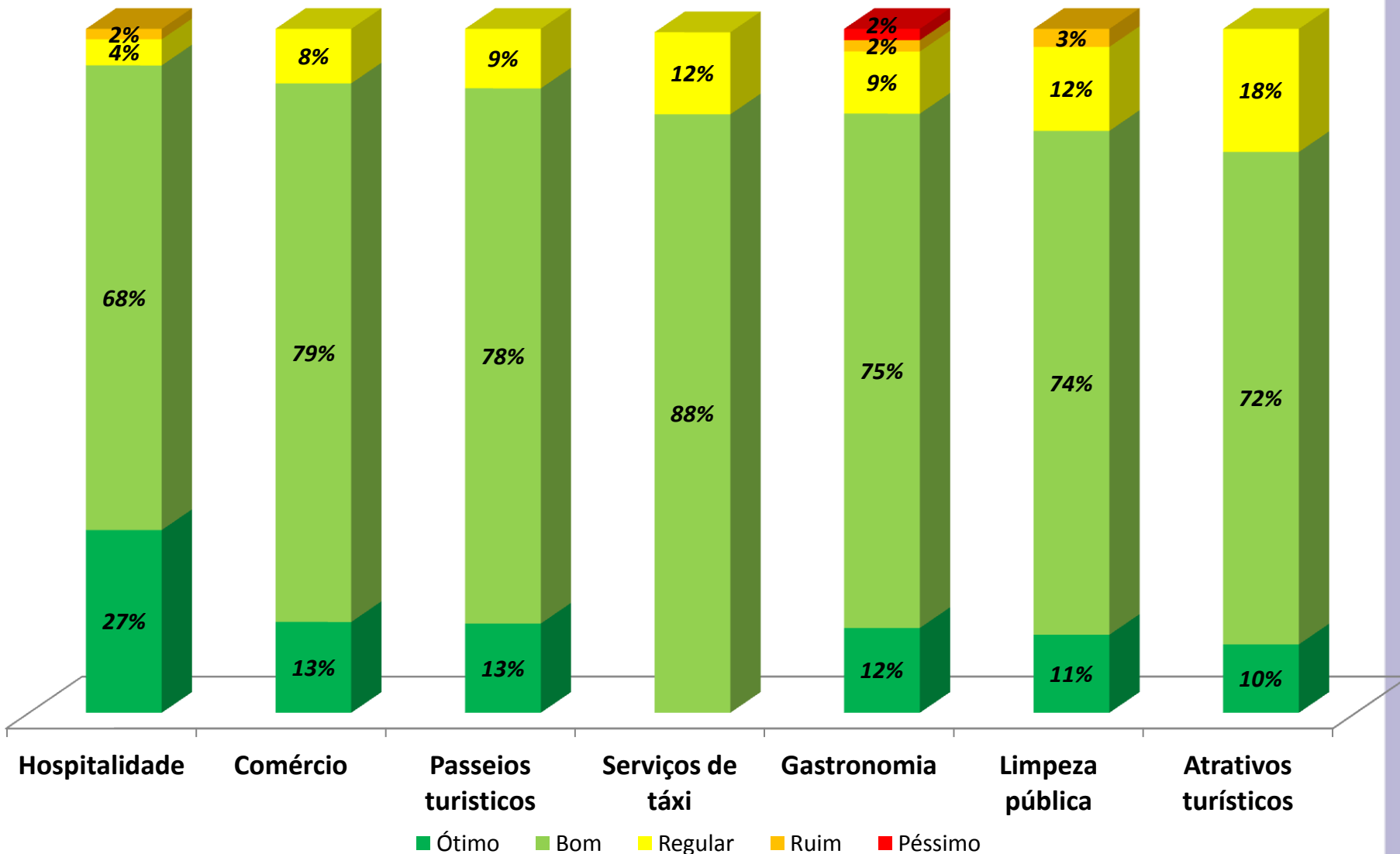
Avaliação | O Destino

Qualificação das instalações e serviços



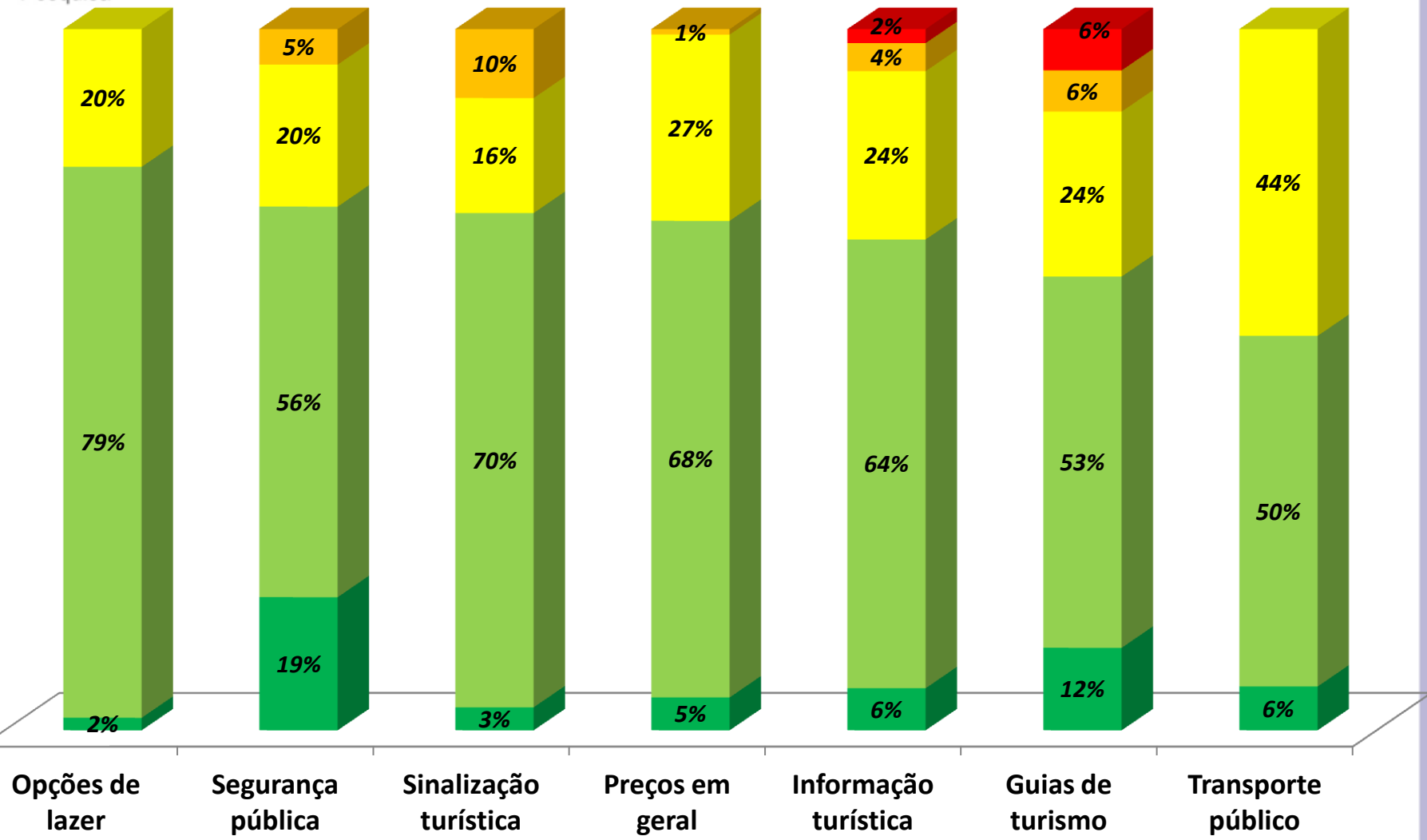
Avaliação | Restaurantes e Hotéis

Qualificação dos atrativos e infraestrutura



Avaliação | O Destino

Qualificação dos atrativos e infraestrutura



■ Ótimo
 ■ Bom
 ■ Regular
 ■ Ruim
 ■ Péssimo

ITEM	GASTO			
	Mínimo	Máximo	Médio	Mediano
Deslocamento interno (dentro do	R\$ 0,00	R\$ 3.000,00	R\$ 345,12	R\$ 200,00
Hospedagem	R\$ 0,00	R\$ 8.000,00	R\$ 865,16	R\$ 600,00
Alimentação	R\$ 0,00	R\$ 4.000,00	R\$ 480,91	R\$ 325,00
Atrativos e Passeios	R\$ 0,00	R\$ 1.500,00	R\$ 242,89	R\$ 100,00
Compras	R\$ 0,00	R\$ 2.000,00	R\$ 335,83	R\$ 200,00
Outros Gastos	R\$ 0,00	R\$ 10.000,00	R\$ 1.090,33	R\$ 410,00
Gasto Total	R\$ 0,00	R\$ 15.000,00	R\$ 1.552,66	R\$ 1.200,00
Gasto por dia de permanência	R\$ 0,00	R\$ 3.750,00	R\$ 469,73	R\$ 375,00
Gasto per capita	R\$ 0,00	R\$ 5.650,00	R\$ 640,77	R\$ 440,00

Observações:

1. *Trabalhamos com os valores de gasto 'Médio' e "Mediano". O primeiro sendo média simples, já o segundo sendo a mediana, onde divide a distribuição em 50% dos casos abaixo e acima do valor apresentado.*

67% Nada

ITEM	FREQUÊNCIA	%
Informações turísticas	12	22%
Segurança	8	15%
Bons restaurantes	5	9%
Infraestrutura para atender ao turista	4	7%
Melhorar a estrada que está muito ruim	4	7%
Água/energia/telefonía	3	6%
Divulgação	3	6%
Melhorar atendimento comercial	3	6%
Bons hotéis	2	4%
Falta de combustível etanol	2	4%
Restaurante fechar mais tarde	2	4%
Sinalização para chegar	2	4%
Faltou latas de lixo	1	2%
Mais público	1	2%
Melhorar o preço	1	2%
Ter mais dias para esse evento	1	2%

Atividade(s) realizadas no destino

ITEM	FREQUÊNCIA	%
Fez Contatos Profissionais	128	53%
Assistiu a eventos esportivos	47	20%
Conheceu pratos e comidas típicas	33	14%
Praticou Esportes de Aventura/recreacionais	9	4%
Diversão Noturna Shows/boates	6	3%
Atividades na Natureza	5	2%
Realizou Atividades em meio rural	4	2%
Visita a atrativos histórico-culturais	3	1%
Frequentou praias/tomar sol/Banho de mar	3	1%
Fez City Tour	1	0,4%
Participou de Festas Populares	1	0,4%

As atividades da GMR são regidas por padrões éticos e de qualidade da Associação Brasileira das Empresas de Pesquisa (ABEP) e da *European Society of Market Research* (ESOMAR), além de seguir as melhores práticas da *American Association for Public Opinion Research* (AAPOR).

A GMR compromete-se a respeitar a confidencialidade dos dados coletados na etapa de campo, bem como se compromete a não divulgar os resultados da Pesquisa em qualquer época, para quaisquer públicos, exceto com a expressa autorização da Contratante.



SECRETARIA
DE TURISMO



GOVERNO DO
**ESPÍRITO
SANTO**

CRESCER É COM A GENTE

gMR

Inteligência & Pesquisa

+55 (21) 3500-7617

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