

RELATÓRIO ANALÍTICO: ALOHA FESTIVAL

Relatório do levantamento realizado durante o Aloha Festival 2014, no município de Vitória – ES, nos dias 13 e 14 de setembro de 2014



RELATÓRIO DA PESQUISA DE DEMANDA TURÍSTICA: ALOHA FESTIVAL

Cliente:

SECRETARIA DE ESTADO DE TURISMO DO ESPÍRITO SANTO

Empresa Responsável pela Pesquisa:

GMR INTELIGÊNCIA DE MERCADO LTDA

Data:

06/10/2014

Resumo

O presente relatório é a apresentação da pesquisa de demanda turística realizada durante o Aloha Festival, que ocorreu no município de Vitória, no Espírito Santo. A pesquisa foi realizada nos dias 13 e 14 de setembro de 2014 pela GMR Inteligência de Mercado.

A pesquisa teve como objetivo principal identificar o perfil dos turistas e visitantes participantes do evento, bem como seu nível de satisfação em relação ao município de destino.

A coleta dos dados realizada entrevistou 120 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.....	15
7	PERFIL DOS RESPONDENTES	16
8	A VIAGEM	20
9	O EVENTO.....	28
10	RESTAURANTES E HOTÉIS	30
11	O DESTINO	32
12	GASTO MÉDIO	38
13	QUESTIONÁRIO UTILIZADO	40



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 por informações por parte do trade turístico e dos gestores públicos é 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

Identificar o perfil dos turistas e visitantes participantes do evento realizado, bem como seu nível de satisfação em relação ao município de destino.

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

O Aloha Festival, que ocorreu em Vitória, revelou-se um evento com capacidade de atrair visitantes de fora do estado, mas apresentando um baixo nível de atratividade. Ou seja, não consegue atrair um fluxo – em termos quantitativos - de turistas. É um evento que não contou com divulgação em massa nos meios de comunicação, por se tratar de um evento esportivo bem segmentado.

No evento, para a realização da pesquisa, foram feitas 386 abordagens, sendo que 266 (69%) foram descartados por residirem na Grande Vitória e 120 (30%) foram entrevistados, pois se enquadravam no perfil a ser investigado.

Segundo a organizadora do evento, o número de participantes varia em decorrência do fator climático e como no ES havia uma previsão de fortes ventos o número de inscrito ficou muito abaixo do esperado e com isso muitas equipes não compareceram.



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 efetua 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*), com uso de *smartphones*. O questionário utilizado se encontra ao final deste relatório, em capítulo próprio.

O período de realização das entrevistas – período de campo – compreendeu os dias 13 e 14 de setembro de 2014.

Para este público foi estimado um tamanho amostral que compreendeu a realização de 120 entrevistas.

RESULTADOS DA PESQUISA

PERFIL DOS RESPONDENTES

Durante a realização do evento a equipe de pesquisadores da GMR Inteligência de Mercado abordou os expectadores do Aloha Festival 2014, seguindo os padrões técnicos recomendados para esta coleta de dados (Padrão ESOMAR¹/ABEP²).

As pessoas eram abordadas e, em uma pergunta filtro, era perguntado sobre o seu local de moradia permanente. Caso respondessem que residiam na região metropolitana de Vitória (Grande Vitória), eram prontamente descartados e o pesquisador partia para uma nova abordagem.

Em relação ao gênero tivemos uma distribuição com 42% dos respondentes do gênero feminino e 58% masculino.

Em relação ao estado civil o maior percentual era de casados, com 52%. Em seguida tínhamos os solteiros, com 39%. Completavam a amostra, 7% de pessoas afirmando estar separadas/divorciadas e 2% de viúvos.

O perfil da amostra apontava para uma respondente maduro com 41,5 anos, em média, de idade e com uma mediana de 40 anos. Depreende-se dos números citados também uma homogeneidade no perfil.

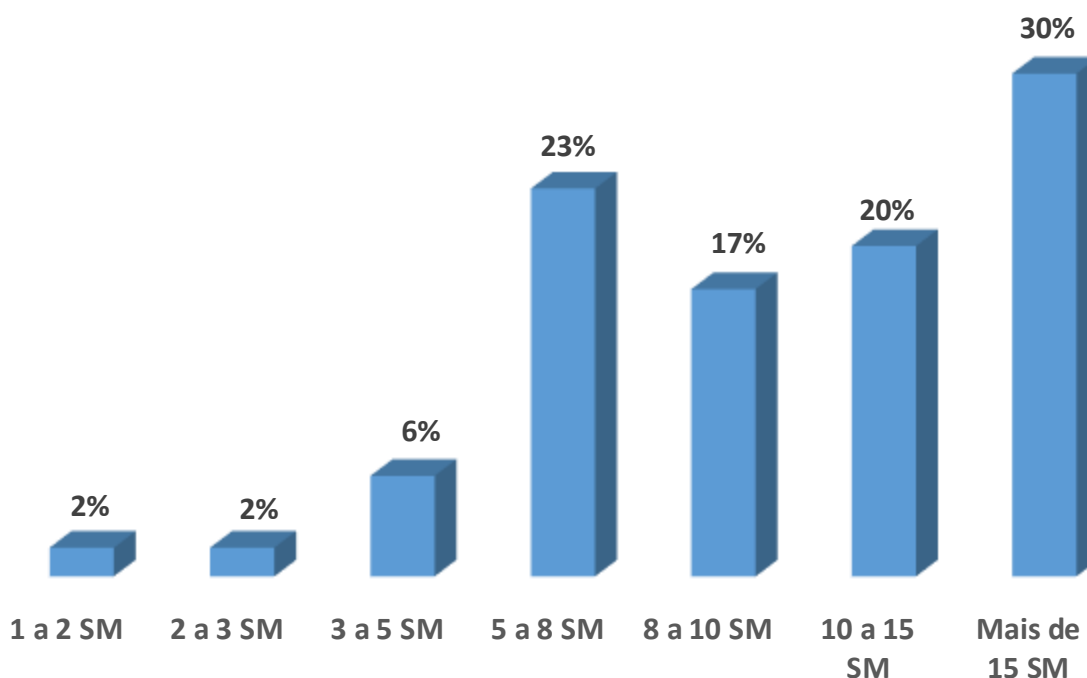
Em termos de instrução tínhamos 57% da amostra com nível superior. Em seguida tínhamos 23% de respondentes pós graduados. 18% Tinham o ensino médio e por fim, 2% afirmavam ter somente o ensino fundamental.

Em relação a renda familiar tivemos uma taxa de não-resposta (recusa) de, somente, 3%. A distribuição da renda informada se encontra a seguir no Gráfico 1.

¹ *European Society for Opinion and Marketing Research.*

² *Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa.*

Gráfico 1 – Renda Familiar



Podemos verificar que a renda familiar informada se concentrou nas faixas média-alta. Mais de 90% dos respondentes afirmaram ter uma renda familiar maior que cinco salários mínimos. Destaca-se também a maior frequência ser constituída por pessoas com renda familiar maior que 15 salários mínimos.

Em relação a procedência do entrevistado, tivemos apenas 1% de respondentes afirmando ter residência permanente em um país estrangeiro. Isto representou dois entrevistados. A relação dos países está na tabela 1.

Tabela 1 – Origem dos turistas estrangeiros abordados

PAÍS	FREQUÊNCIA
Espanha	1
Alemanha	1

Já dentre os entrevistados de procedência nacional, tivemos representantes de 8 estados além do Espírito Santo. Rio de Janeiro, São Paulo, Paraná e Rio Grande do Sul, detiveram a maior participação em nossa pesquisa. A tabela 2 apresenta a distribuição detalhada de sua origem.

Tabela 2 - Origem dos turistas nacionais abordados

ESTADO	FREQUÊNCIA
Rio de Janeiro	53
São Paulo	42
Espírito Santo	9
Paraná	4
Rio Grande do Sul	3
Minas Gerais	2
Bahia	2
Santa Catarina	2
Ceará	1
Total	118

A seguir apresentamos a origem dos capixabas presentes ao evento

Tabela 3 - Origem dos turistas residentes no estado do Espírito Santo.

MUNICÍPIO DO ES	FREQUÊNCIA	%
Cachoeiro do Itapemirim	5	56%
Aracruz	1	11%
Guarapari	1	11%
Iriri	1	11%
Linhares	1	11%
TOTAL	9	100%

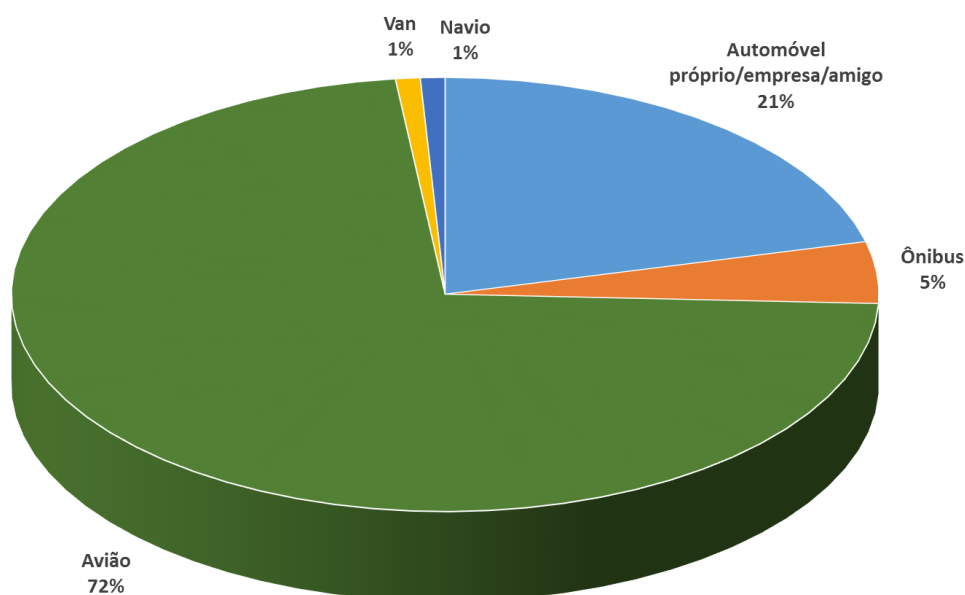


A VIAGEM

Um dos blocos de investigação de nossa pesquisa versava sobre as condições e a forma como a viagem foi realizada.

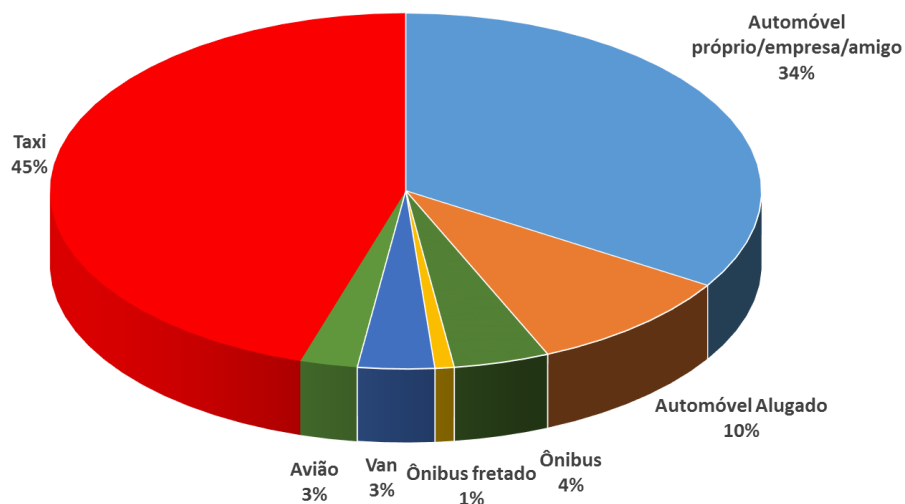
Segundo os entrevistados o principal modal para chegada ao Espírito Santo foi o “avião” (72%), seguido do “Automóvel” (21%). O detalhamento dos modais, para chegada ao estado e a cidade destino, estão a seguir nos gráficos 2 e 3.

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



No gráfico 3 temos um padrão de resposta coerente ao gráfico 2, com a grande predominância da utilização do táxi (45%) como meio e deslocamento dentro do município.

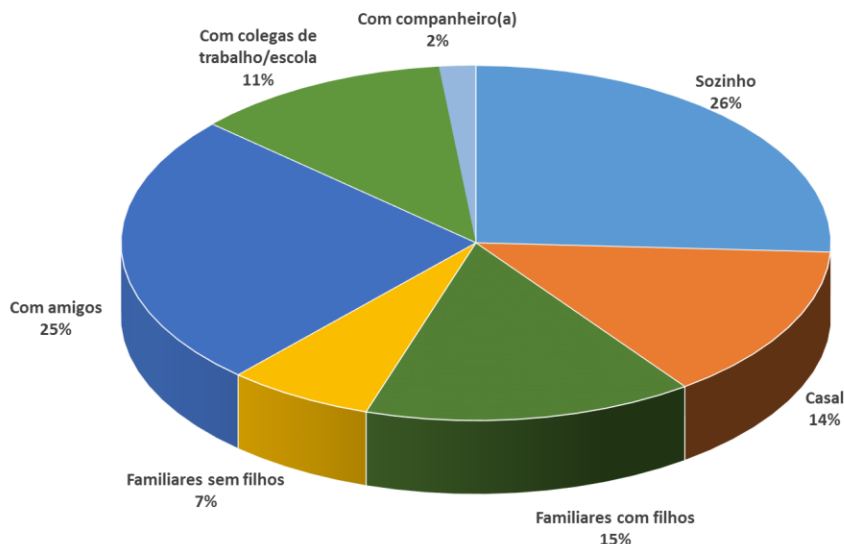
Gráfico 3 – Meio de Transporte para chegar ao Destino.



A pergunta sobre “com quem foi feita a viagem” apresentou uma grande divisão, não tendo uma categoria predominante. A viagem solitária totalizou 26% das respostas. Em seguida tivemos a viagem “com amigos” com 25% das menções. 15% Dos entrevistados eram familiares com filhos. O detalhamento dos percentuais se encontra no gráfico 4.

Em média, para os casos que responderam estar viajando acompanhado, o número de acompanhantes era 4,4 pessoas. A mediana obtida para esta variável foi de 2 pessoas.

Gráfico 4 – Viajando com quem?



A tabela 4 apresenta os meios nos quais os entrevistados obtiveram informações sobre o evento.

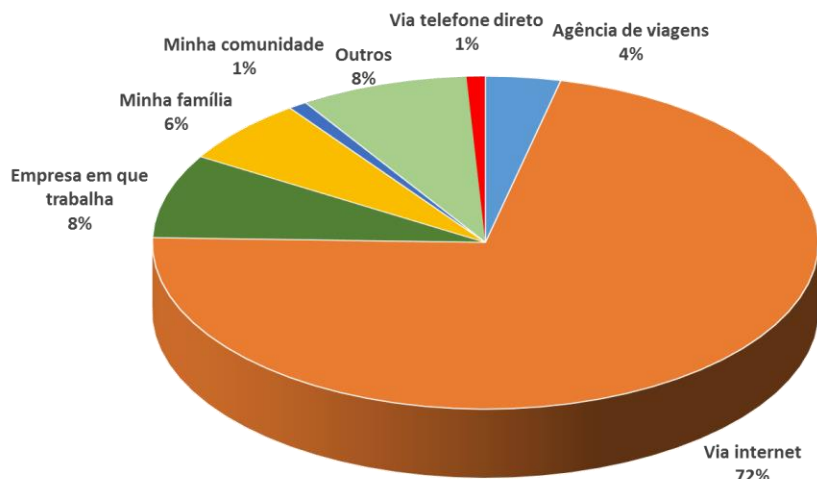
Tabela 4 – Meio pelo qual tomou conhecimento do evento?

COMO SOUBE	FREQUÊNCIA	%
Já vim em edições anteriores	63	53%
Parentes/ Amigos	25	21%
Internet	22	18%
Empresa	8	7%
Convites	1	1%
TV/Rádio	1	1%

A principal forma de informação foi já ter participado do evento em edições anteriores.

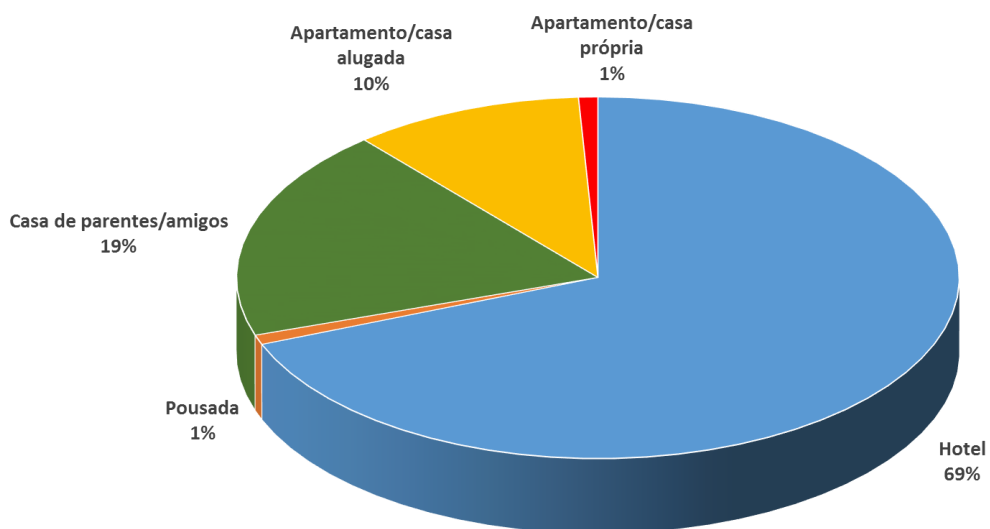
Para 92% dos entrevistados a viagem contou com um planejamento formal. O Gráfico 5 apresenta as formas de organização adotada por aquele que informaram ter feito algum tipo de planejamento formal.

Gráfico 5 – Forma de organização da viagem



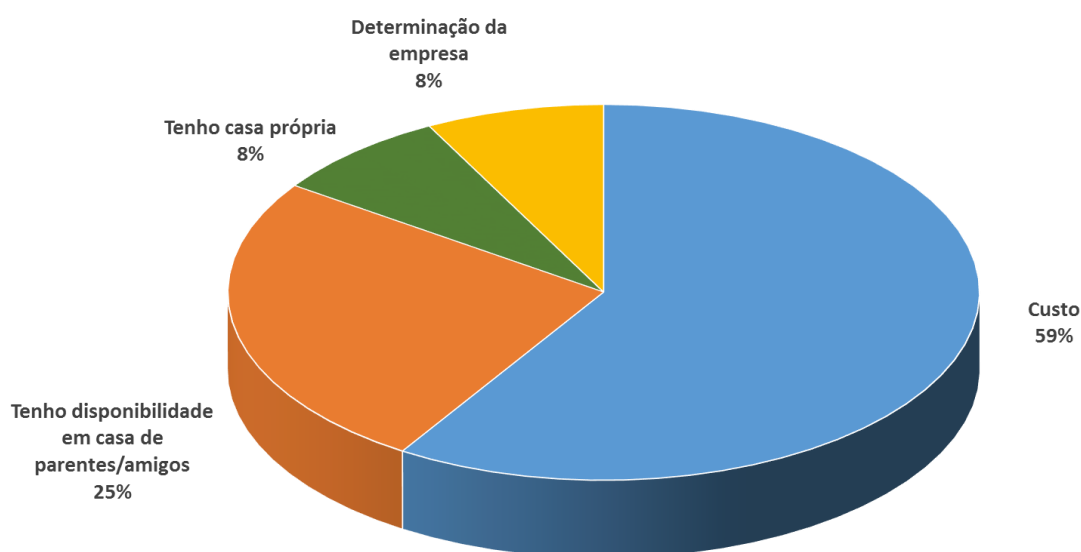
No gráfico 6 apresentamos os locais de hospedagem utilizados pelos respondentes.

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 o “custo” (59%) em seguida tivemos a “disponibilidade de casa de amigos/parente/própria” e “determinação da empresa” com 32% e 8%, respectivamente. (Gráfico 7)

Gráfico 7 – Motivos por não ter se hospedado em hotel ou pousada.

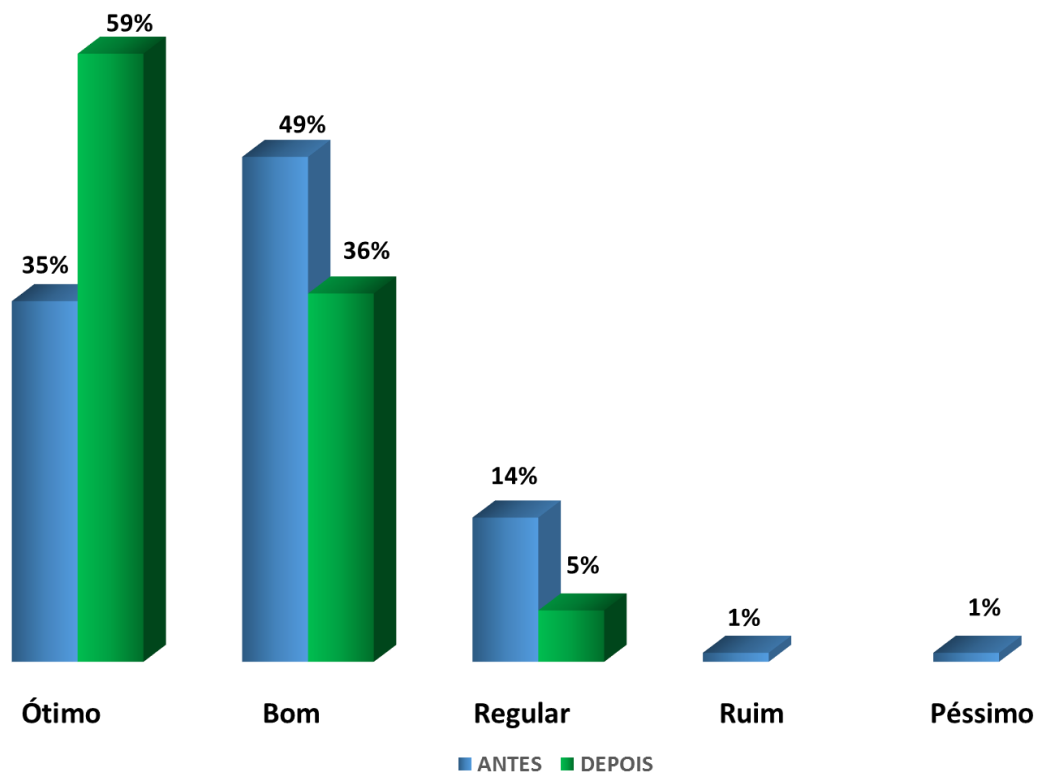


Ainda em relação a viagem, 76% dos entrevistados afirmaram estar retornando ao mesmo evento.

O fato de o evento ser realizado em Vitória foi apontado como importante – influenciou a viagem – por 64% dos entrevistados. Para 26% o fato de o evento ter sido realizado nesta cidade não teve nenhum impacto. Por fim, 10% afirmaram que o local do evento teve uma pequena influência na sua decisão de participar.

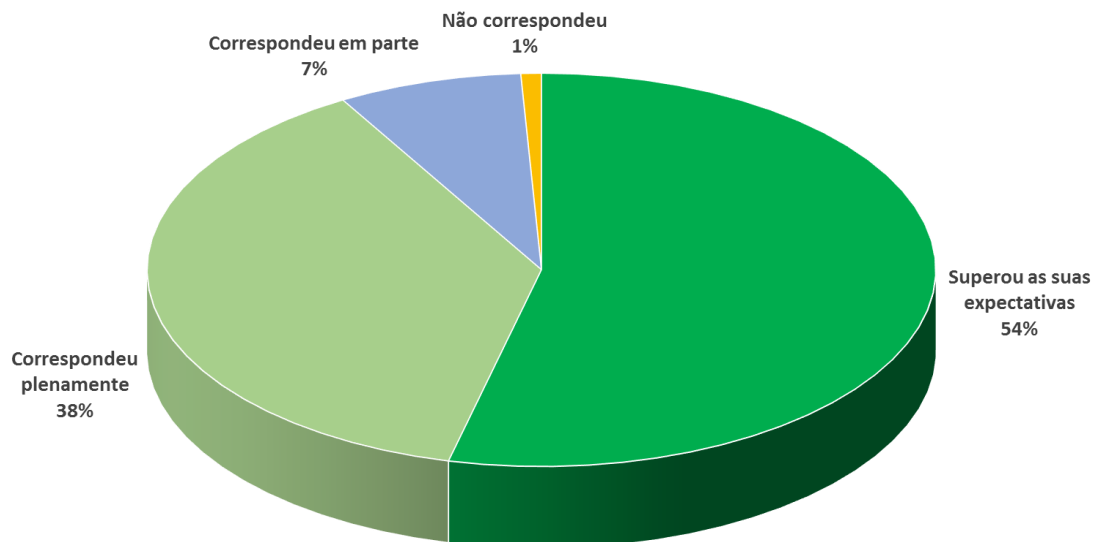
O evento causou um, pequeno, impacto positivo na imagem da cidade. Podemos afirmar isso a partir da leitura do gráfico 8. O gráfico aponta que a percepção da cidade melhorou de forma sensível, para os entrevistados.

Gráfico 8 – A imagem do destino, antes e depois.



Em relação as expectativas podemos afirmar que houve um forte impacto. Para 92% dos respondentes a viagem correspondeu ou superou as suas expectativas. Para 7% a viagem “atendeu em parte” as suas expectativas e para 1% a viagem não correspondeu às expectativas.

Gráfico 9 – 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 e a recomendação do evento e do destino obtivemos as seguintes respostas:

- 98% afirmaram pretender voltar ao evento
- 99% afirmaram recomendar o evento
- 99% afirmaram pretender retornar ao destino

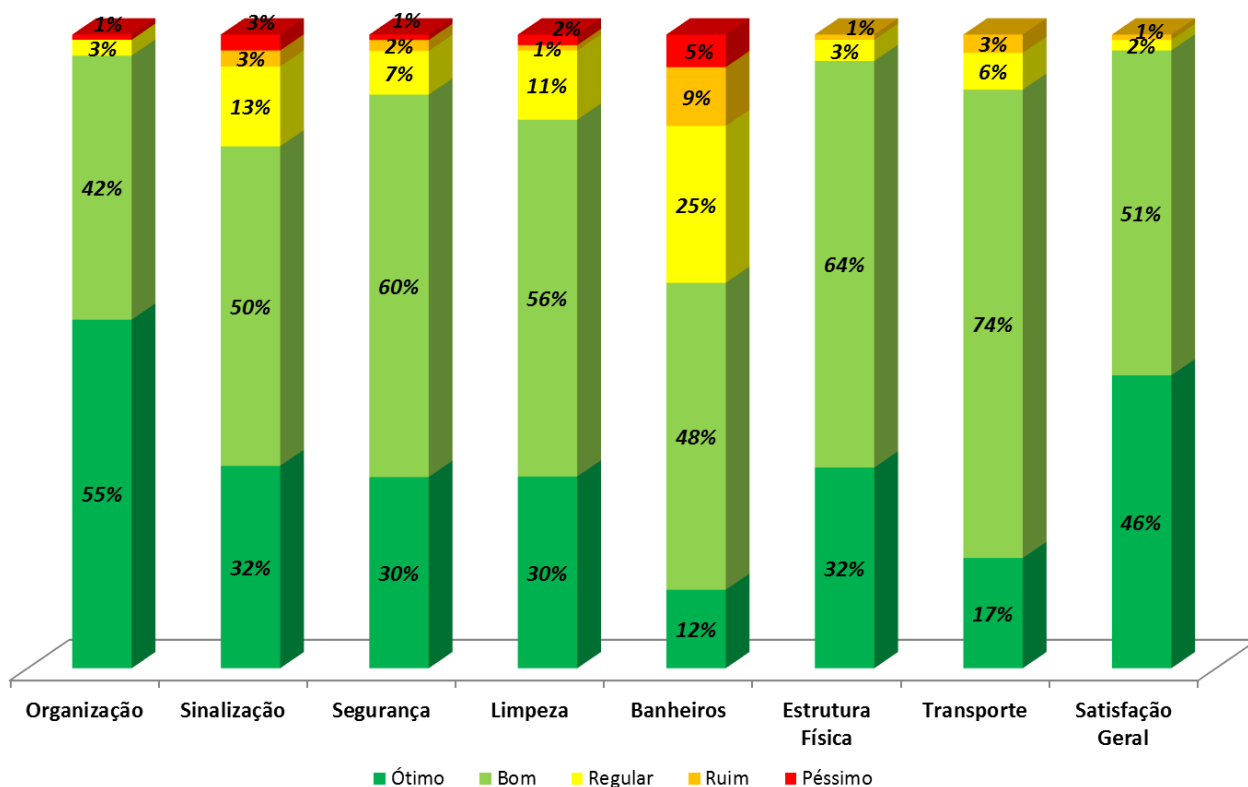
Destaca-se que para, 40% dos respondentes esta foi a sua primeira viagem ao destino.



O EVENTO

A seguir apresentamos a avaliação da estrutura a disposição do Aloha Festival 2014. Como pode ser percebido todos os elementos avaliados apresentaram um bom desempenho, a exceção dos banheiros e da sinalização.

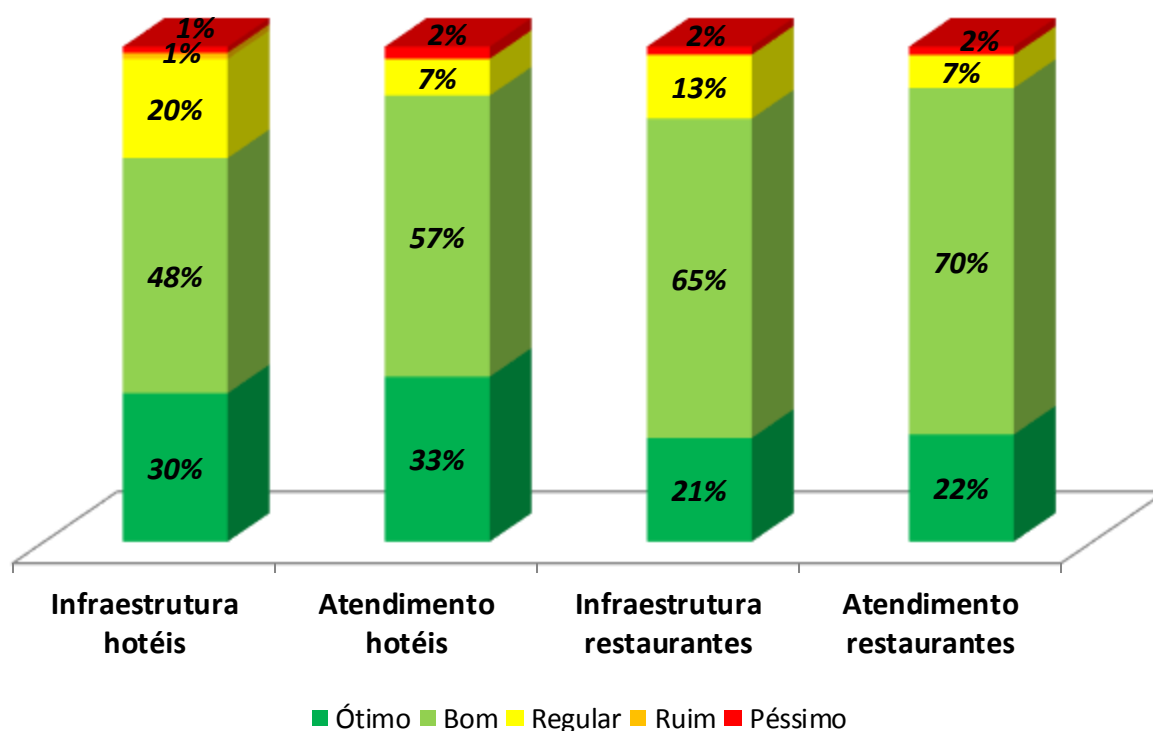
Gráfico 10 – Qualificação das instalações e serviços



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



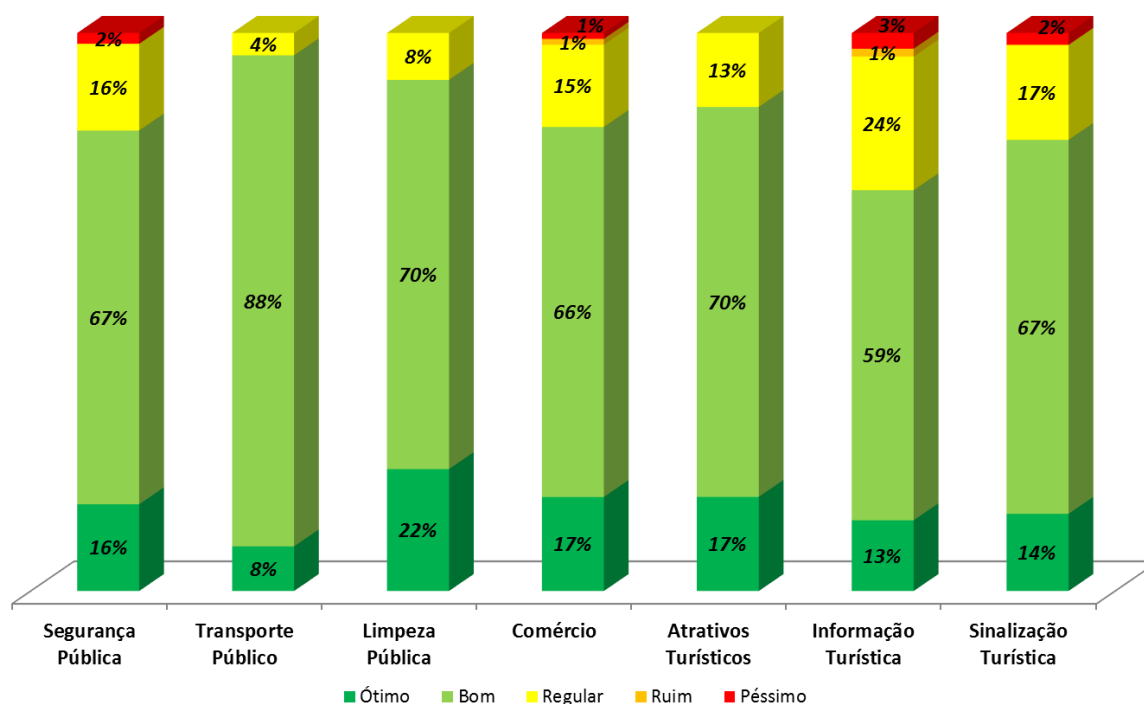
A análise dos resultados obtidos e exibidos no gráfico acima nos permite concluir que os meios de hospedagem e os restaurantes tiveram uma avaliação, positiva, mas com a "Infraestrutura dos hotéis" apresentando uma avaliação mais crítica. A taxa de utilização destes equipamentos também foi bem alta, dada a característica do evento.



O DESTINO

Em relação ao destino foram feitos questionamentos a respeito da infraestrutura a disposição do munícipe, do visitante e do turista. Os gráficos 12 e 13 fornecem a avaliação realizada pelos entrevistados.

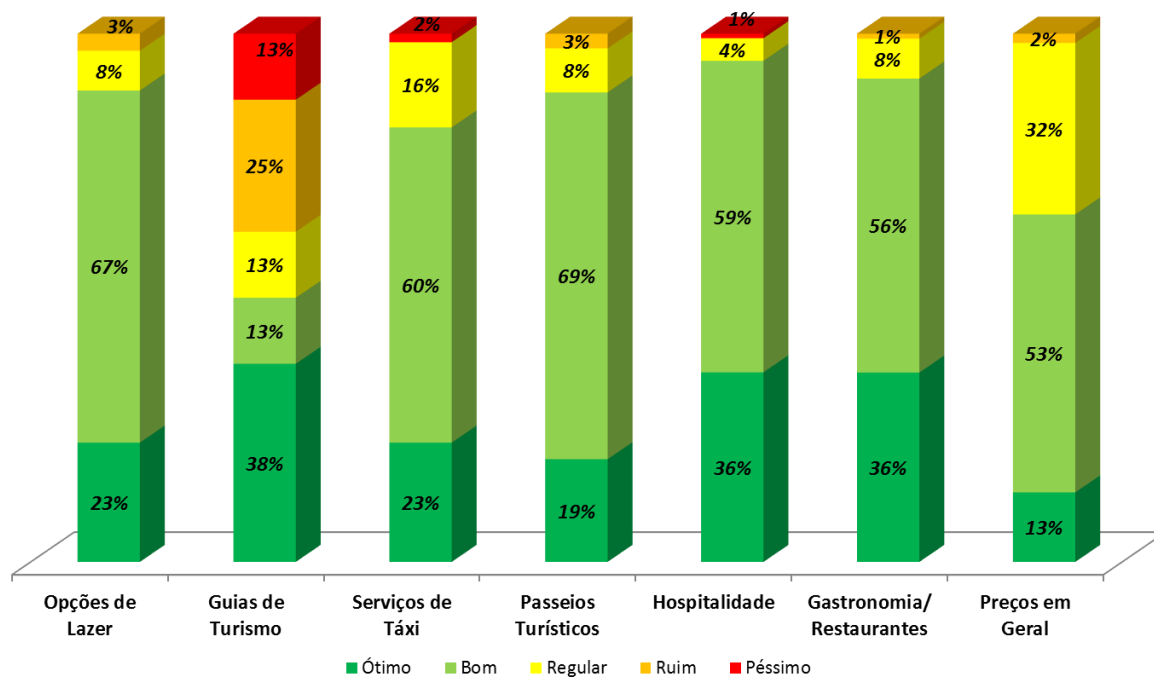
Gráfico 12 – Qualificação da infraestrutura oferecida



Os itens que são de competência dos organismos públicos, seja estadual ou municipal, apresentam um desempenho inferior aqueles oferecidos pela iniciativa privada, a exceção dos preços em geral, que foram objeto da pior avaliação dentre os itens analisados.

Guias de turismo tiveram uma avaliação ruim, mas o baixo número de respondentes a esta questão não nos permite fazer afirmações estatísticas de seu desempenho.

Gráfico 13 – Qualificação dos atrativos presentes



Na tabela 5 estão indicadas as justificativas para as notas “ruim” e “péssimo” informadas nas avaliações destes itens (gráficos 12 e 13).

Tabela 5 – Motivos para as avaliações “ruim” e “péssimo”.

SEGURANÇA PÚBLICA	FREQUÊNCIA
Não viu policiamento	1
Vários carros foram roubados a noite	1

INFORMAÇÃO TURÍSTICA	FREQUÊNCIA
Faltam pontos de informação	2
Não existe	1

SINALIZAÇÃO TURÍSTICA	FREQUÊNCIA
Não tem divulgação	2

OPÇÕES DE LAZER E ENTRETENIMENTO	FREQUÊNCIA
Falta de informação	1
Não tem muita opção	1
Programação, falta informação	1

GUIAS DE TURISMO	FREQUÊNCIA
Não viu	3

SERVIÇO DE TÁXI	FREQUÊNCIA
Atendimento ruim	1

PASSEIOS TURÍSTICOS	FREQUÊNCIA
Falta de divulgação	1

GASTRONOMIA/RESTAURANTES	FREQUÊNCIA
Demorado	1

A tabela 6 descreve as principais atividades desenvolvidas no destino por parte dos entrevistados.

Tabela 6 – Atividades realizadas no destino

ATIVIDADE	FREQUÊNCIA	%
Assistiu eventos	80	75%
Frequentou praias/Cachoeiras	61	58%
Praticou esportes de aventura	57	54%
Diversão noturna	42	40%
Conheceu pratos e comidas típicas	37	35%
Visita a atrativos histórico-culturais	22	21%
Atividades na natureza	15	14%
Praticou esportes recreativos	14	13%
Fez contatos profissionais	5	5%
Participou de festas populares	4	4%
Atividades em meio rural	1	1%
Fez visita a parques temáticos	1	1%

Já na tabela 7 estão indicados os principais equipamentos e serviços apontados como insuficiente pelos turistas e visitantes entrevistados durante o evento. Destacamos que 36% dos entrevistados afirmaram não ter sentido a falta de algo no destino.

Tabela 7 – Equipamentos e serviços faltantes no destino

SERVIÇO	FREQUÊNCIA	%
Informações Turísticas	26	60%
Segurança	8	19%
Transporte Público	6	14%
Opções de Lazer	6	14%
Infraestrutura para atender o turista	3	7%
Bancos /Caixas Eletrônicos	3	7%
Bons Restaurantes	2	5%
Assistência Médico - Hospitalar	2	5%
Telefonia	1	2%
Bons Hotéis	1	2%

Na tabela 8, estão os detalhamentos das Opções de Lazer apontadas como deficientes.

Tabela 8 – Opções de Lazer

OPÇÕES DE LAZER	FREQUÊNCIA	%
Barzinho	1	17%
Cultura	1	17%
Futebol	1	17%
Guias	1	17%
Locais históricos	1	17%
Passeios, Boates	1	17%

GASTO MÉDIO

A tabela 9 apresenta, de forma detalhada, 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 observe os dois valores de forma conjunta.

Tabela 9 – Gastos realizados durante a visita

ITEM	GASTO			
	Mínimo	Máximo	Médio	Mediano
Deslocamento até o destino	R\$ 0,00	R\$ 4.500,00	R\$ 476,02	R\$ 300,00
Deslocamento interno (dentro do município)	R\$ 0,00	R\$ 4.500,00	R\$ 79,70	R\$ 30,00
Hospedagem	R\$ 0,00	R\$ 4.500,00	R\$ 363,74	R\$ 270,00
Alimentação	R\$ 0,00	R\$ 4.500,00	R\$ 265,77	R\$ 200,00
Atrativos e Passeios	R\$ 0,00	R\$ 4.500,00	R\$ 40,38	R\$ 0,00
Compras	R\$ 0,00	R\$ 4.500,00	R\$ 74,23	R\$ 0,00
Outros Gastos	R\$ 0,00	R\$ 4.500,00	R\$ 4,73	R\$ 0,00
Gasto Total	R\$ 0,00	R\$ 4.500,00	R\$ 822,31	R\$ 550,00
Gasto por dia de permanência	R\$ 0,00	R\$ 4.500,00	R\$ 247,55	R\$ 196,43
Gasto per capita	R\$ 0,00	R\$ 4.500,00	R\$ 560,44	R\$ 416,83
GMDI	R\$ 0,00	R\$ 4.500,00	R\$ 173,96	R\$ 150,00

Uma pergunta associada ao gasto médio era o número de pessoas englobadas neste desembolso. A resposta apresentou uma média de 2,8 pessoas e uma mediana de 2 (duas) pessoas para os gastos informados. Podemos afirmar que os desembolsos informados estavam concentrados na própria pessoa entrevistada.

Destacamos que para o cálculo dos gastos foram considerados os valores informados igual a zero. Além disso, para o cálculo do “Gasto Total”, “Gasto por dia de permanência”, “Gasto per capita” e “GMDI”, não foi considerada a informação coletada na variável destinada a coletar o gasto relativo ao “Deslocamento até o Destino”.

QUESTIONÁRIO UTILIZADO

Pesquisa de Fluxo Turístico – Questionário Padrão

CONTROLE	
Entrevistador:	Data: _____/_____/_____
Entrevistado:	Telefone: _____

FILTROS DA PESQUISA

O Sr.(a) é residente nesta cidade?

1. Sim (agradeça e indique “morador” no quadro contagem) 2. Não (próximo filtro)

O Sr.(a) pernitoou/irá pernitoar nesta cidade?

1. Sim (indicar no quadro contagem: Turista) 1. Não (indicar no quadro contagem: Visitante)

0.1 – Evento: _____

BLOCO I – ORGANIZAÇÃO DA VIAGEM

1.1 – Qual local de sua residência permanente?

1.1.1 – País: _____

1.1.2 – Estado: _____

1.1.3 – Município: _____

1.2 – Como soube deste evento?

- | | |
|-------------------------------|-----------------------------|
| 1 – () Parentes / amigos | 8 – () Convite |
| 2 – () Empresa | 9 – () Clientes |
| 3 – () Internet | 10 – () TV / Rádio |
| 4 – () Revistas | 11 – () Folder |
| 5 – () Instituição de Ensino | 12 – () Jornal |
| 6 – () Mala direta | 13 – () Outro. Qual? _____ |
| 7 – () Outdoor / cartazes | |

1.3 – Quem o acompanha (ou acompanhou) nesta viagem?

- | | | |
|-----------------------------------|-----------------------------|-------------------|
| 1 () Sozinho (pule para a Q.1.5) | 2 () Em grupo / amigos | 3 () Casal |
| 4 () Familiares com filhos | 5 () Familiares sem filhos | 6 () Em excursão |
| 7 () NS/NR | 8 () Outro, qual? _____ | |

1.4 Quantas pessoas o acompanham nesta viagem? _____

1.5 – Como esta viagem foi organizada?

1. () Agência de viagens
2. Eu mesmo organizei:
- | | | |
|--|--|--|
| 2.1. () Via Internet
Agência/operadora | 2.2. () Via Internet site de
compras coletivas | 2.3. () Via contato telefônico direto |
|--|--|--|
3. () Empresa em que trabalha
4. () Instituição onde estuda

BLOCO II – CARACTERÍSTICAS DA VIAGEM

2.1- Qual o meio de transporte que o(a) Sr.(a) utilizou para chegar ao Espírito Santo?

- | | | |
|-------------------------|--------------------------|----------------------------|
| 1 () Automóvel Próprio | 2 () Automóvel Alugado | 3 () Trem (Vitória/Minas) |
| 4 () Avião | 5 () Ônibus | 6 () Navio |
| 7 () NS / NR | 8 () Outro, qual? _____ | |

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 | 2 – () Automóvel Alugado | 3 – () Trem (Vitória/Minas) |
| 4 – () Avião | 5 – () Ônibus Rodoviário | 6 – () Ônibus coletivo |
| 7 – () Navio | 8 – () Não sabe | 9 – () Não respondeu |
| 10 – () Outro, qual? _____ | | |

2.3 - Qual seu gasto estimado no destino com os seguintes itens:

Deslocamento até o destino	R\$ _____
Deslocamento interno (transporte dentro do município)	R\$ _____
Hospedagem	R\$ _____
Alimentação	R\$ _____
Atrativos e Passeios	R\$ _____
Compras	R\$ _____
Outros Gastos	R\$ _____

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

2.5 – Onde o senhor se hospedou / está hospedado?

- 1 – () Hotel (vá para 2.6)
 2 – () Pousada (vá para 2.6)
 3 – () Casa de parentes /amigos (vá para 2.5.1)
 4 – () Apto / casa alugada (vá para 2.5.1)
 5 – () Apto / casa própria (vá para 2.6)
 6 – () Camping (vá para 2.6)
 7 – () Outro. Qual? _____ (vá para 2.6)
 8 – () NS / NR

2.5.1 – Por qual razão não optou por hotel ou pousada? _____

**2.6 – Qual o tempo de permanência (vai permanecer – se ainda não está indo embora) neste município?
Nº de dias _____**

2.7. É a primeira vez que vem ao evento (perguntar somente para os eventos com edições anuais)?

- () Sim () Não

2.8. É a primeira vez que vem ao destino?

- () Sim () Não

2.9 – O fato de _____ (falar o nome do município) sediar este evento influenciou na sua decisão de vir à cidade?

- 1 – () Muito 2 – () Pouco 3 – () Não influenciou

2.10 – Quais as atividades o(a) Sr(a). desenvolveu no município em que ficou / está hospedado (Resposta múltipla)

- | | | |
|---|--|--|
| 1 – () Assistiu eventos esportivos | 2 – () Visita a atrativos histórico-Culturais | 3 – () Conheceu pratos e comidas típicas |
| 4 – () Fez visitas a parque temáticos | 5 – () Frequentou praias/tomar sol/Cachoeiras | 6 – () Diversão Noturna (bares/restaurantes/boates) |
| 7 – () City Tour | 8 – () Atividades na Natureza | 9 – () Atividades em meio rural |
| 10 – () Participou em Festas Populares | 11 – () Praticou Esportes de Aventura | 12 – () Praticou Esportes Recreacionais |
| 13 – () Contatos Profissionais | 14 () NS / NR | 15 () Outro. Qual? _____ |

BLOCO III – AVALIAÇÕES

3.1. Qual a imagem o(a) Sr.(a) tinha do destino?

	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo	NR/NA
Antes da viagem						
Depois da viagem						

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

- () Superou as suas expectativas () Correspondeu plenamente () Correspondeu em parte () Não correspondeu/decepcionou () NS/NR

3.3. Qualifique as instalações e serviços do local do evento:

INSTALAÇÕES E SERVIÇOS	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo	NR/NA
Organização do evento						
Sinalização						
Segurança						
Limpeza Geral						
Instalações Sanitárias						
Estrutura Física						
Transporte (táxi, ônibus)						
Grau de satisfação com o evento						
Outros (citar):						

3.4. Avalie os serviços, atrativos e infraestrutura utilizados no destino

SERVIÇOS, ATRATIVOS E INFRAESTRUTURA	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo	NR/NA
Segurança pública						
Transporte público						
Limpeza pública e dos atrativos						
Comércio						
Atrativos turísticos						
Informação turística						
Sinalização turística						
Opções de lazer e entretenimento						
Guias de turismo						
Serviço de táxi						
Passeios turísticos						
Hospitalidade						
Gastronomia / restaurantes						
Preços em geral						
Outros (citar):						

3.4.1. Perguntar o porque das avaliações “Ruim” e “Péssimo” para as categorias elencadas anteriormente: _____

3.5. Avalie os serviços e infraestrutura dos hotéis / restaurantes do destino:

	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo	NR/NA
Infraestrutura – pousada / hotel / <i>camping</i> (Apenas para aqueles que utilizaram este serviço)						
Atendimento em bares / restaurantes						
Atendimento – pousada / hotel / <i>camping</i> (Apenas para aqueles que utilizaram este serviço)						
Atendimento em bares / restaurantes						

3.6. O que o(a) Sr.(a) acha que faltou no destino escolhido?

- | | | |
|---|---|--|
| <input type="checkbox"/> Água / energia / telefonia | <input type="checkbox"/> Bancos/caixas eletrônicos | <input type="checkbox"/> Assistência médico-hospitalar |
| <input type="checkbox"/> Bons hotéis | <input type="checkbox"/> Bons restaurantes | <input type="checkbox"/> Informações turísticas |
| <input type="checkbox"/> Infraestrutura para atender o turista. Qual? _____ | <input type="checkbox"/> Opções de lazer. Qual? _____ | <input type="checkbox"/> Segurança |
| <input type="checkbox"/> Transporte público | <input type="checkbox"/> NS / NA | <input type="checkbox"/> Outro. Qual? _____ |

3.7. O(A) Sr.(a) pretende retornar ao evento no próximo ano (perguntar somente para os eventos com edições anuais)?

- Sim Não, por quê? NS/NA

3.8. O(A) Sr.(a) recomendaria o evento a amigos / parentes? (perguntar somente para os eventos com edições anuais).

- Recomendaria Não recomendaria. Por quê? _____ NS / NR

3.9. O(A) Sr.(a) pretende retornar ao destino?

- Sim Não. Por quê? _____ NS / NA

Bloco IV – Perfil Socioeconômico

4.1. Sexo

- Masculino Feminino

4.2. Idade _____

4.3. Renda familiar (SM)

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

4.4. Quantas pessoas, contando com o(a) Sr(a), são dependentes desta renda? Nº de pessoas: ___

4.5. Estado Civil

- | | | |
|-------------------------------------|-----------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> Casado | <input type="checkbox"/> Solteiro | <input type="checkbox"/> Separado |
| <input type="checkbox"/> Divorciado | <input type="checkbox"/> Viúvo | <input type="checkbox"/> União Estável |

4.6. Escolaridade

- | | |
|--------------------------------------|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Fundamental | <input type="checkbox"/> Superior |
| <input type="checkbox"/> Médio | <input type="checkbox"/> Pós Graduado |
-



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
Secretaria de Turismo

