

Pesquisa junto a turistas de negócios & eventos



25ª Convenção e Feira Capixaba de Supermercados
12ª Feira de Panificação, Confeitaria e Cafeteria do ES

Vitória, julho de 2011.



SECRETARIA
DE TURISMO



GOVERNO DO
**ESPÍRITO
SANTO**

CRESCER É COM A GENTE

SEBRAE Espírito Santo

Diretor-Superintendente

José Eugênio Vieira

Diretor de Atendimento

Ruy Dias de Souza

Diretor Técnico

Benildo Danadai

Gerente da Unidade de Atendimento ao Turismo e Cultura

Gelisa de Lara C. Bosi

Gerente da Unidade de Estratégia, Planejamento e Orçamento

Daniela Negri

Gestor do Convênio

Mario Cesar Corrêa

Coordenação de pesquisa

Dênis Pedro Nunes

Governo do Estado do Espírito Santo

Governador

Jose Renato Casagrande

Vice Governador

Givaldo Vieira

Secretário de Estado de Turismo

Antonio Alexandre dos Passos Souza

Sub Secretária de Estado de Turismo

Diomedes Maria Caliman Berger

Gerente Estudos e Negócios Turísticos

Ângela Maria Modolo de Assunção

Assessora Técnica

Maria Aparecida Gonçalves Silva

Ariella Rocha Borges Coutinho

Objetivos

Objetivo geral

Traçar o perfil dos participantes de eventos no Espírito Santo.

Objetivos específicos

- Quantificar o percentual de turistas por evento;
- Identificar a origem e o tempo de permanência do turista no Estado;
- Avaliar a opinião do turista a respeito do receptivo utilizado e infra estrutura local;
- Quantificar o gasto médio dos turistas com hospedagem, transporte, alimentação.

Procedimentos Metodológicos

Método

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

Público-alvo

Freqüentadores e turistas que frequentaram a 25ª Convenção e Feira Capixaba de Supermercados – Super Acaps 2011.

Abordagem

Foram realizadas 200 entrevistas *in loco*.

Período de campo

Entre os dias 6 e 7 de julho de 2011.

Apresentação dos resultados



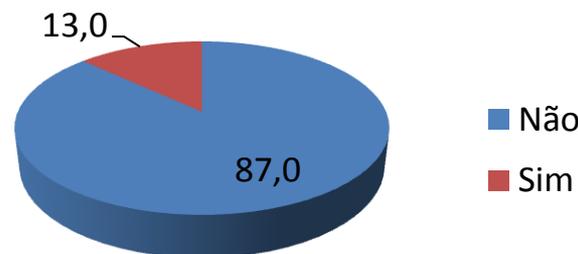
25ª Convenção e Feira Capixaba de Supermercados
12ª Feira de Panificação, Confeitaria e Cafeteria do ES

Perfil do público

A pesquisa foi aplicada entre os freqüentadores da feira, que foram então classificados entre dois públicos: turistas - que nesse caso é a pessoa que permanecer, pelo menos, 24 horas ou ter, ao menos, um pernoite na cidade - e não-turista.

Apenas 13% dos entrevistados enquadraram-se na categoria turistas. Os 87% restantes estavam em visita de apenas um dia à feira ou provinham da própria região metropolitana de Vitória.

É turista?		
	Freqüência	Percentual
Não	174	87,0
Sim	26	13,0
Total	200	100,0



Perfil do público

Dentre os respondentes que não são turistas, quase todos são oriundos do estado do Espírito Santo (99,4%), residentes, sobretudo, nos municípios de Vitória (30,5%), Vila Velha (21,8%) e Serra (10,3%).

Não turistas – Estado de proveniência		
	Frequência	Percentual
ES	173	99,4
RJ	1	,6
Total	174	100,0

Não turistas – Município de proveniência		
	Frequência	Percentual
Vitória	53	30,5
Vila Velha	38	21,8
Serra	18	10,3
Cariacica	13	7,5
Guarapari	9	5,2
Aracruz	7	4,0
Domingos Martins	5	2,9
Colatina	4	2,3
Fundão	3	1,7
Viana	3	1,7

Obs.: Tabela completa em anexo.

Perfil do público

Significativo percentual dos turistas são provenientes do Espírito Santo (65,4%), com residência no interior do estado. Dentre os entrevistados que não são capixabas, grande parte destes são oriundos do estado de São Paulo (19,2%).

Turistas – Estado de proveniência		
	Frequência	Percentual
ES	17	65,4
SP	5	19,2
BA	2	7,7
MG	1	3,8
PR	1	3,8
Total	26	100,0

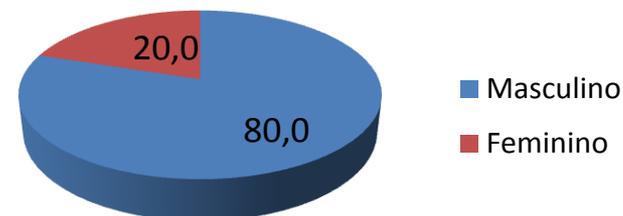
Turistas – Município de proveniência		
	Frequência	Percentual
Brejetuba	3	11,5
São Paulo	3	11,5
Colatina	2	7,7

Obs.: Tabela completa em anexo.

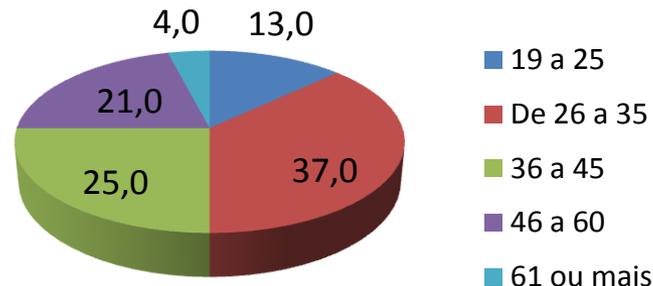
Perfil do público

O público do evento é, em sua maioria, composto por homens (80%), cuja faixa etária encontra-se no intervalo entre 26 a 45 anos (62%), sendo 37% com idade entre 26 a 35 anos e 25% entre 36 a 45 anos. A média de idade dos frequentadores do evento é igual a 38,2 anos.

Sexo:		
	Frequência	Percentual
Masculino	160	80,0
Feminino	40	20,0
Total	200	100,0



Faixa etária:		
	Frequência	Percentual
19 a 25	26	13,0
26 a 35	74	37,0
36 a 45	50	25,0
46 a 60	42	21,0
61 ou mais	8	4,0
Total	200	100,0

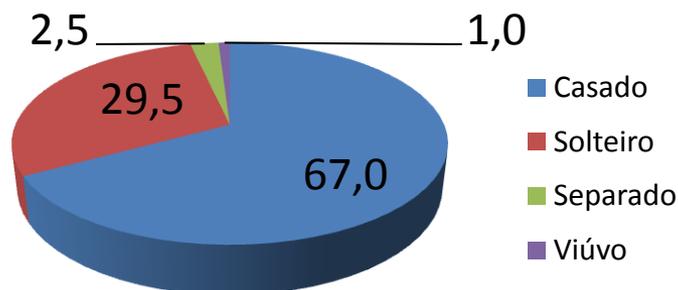


→ Média: 38,2

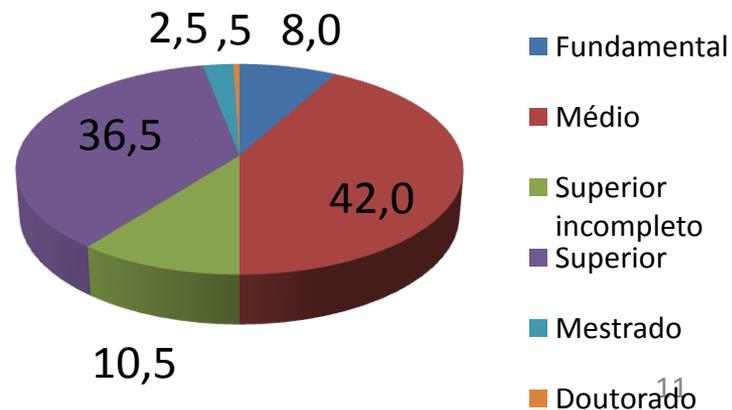
Perfil do público

Relevante percentual dos entrevistados são casados (67%). Com relação à escolaridade, a maioria destes possui formação igual ou superior ao Ensino Médio, com significativa percentagem destes com o Ensino Médio (42%) e Superior completo (36,5%).

Estado civil:		
	Frequência	Percentual
Casado	134	67,0
Solteiro	59	29,5
Separado	5	2,5
Viúvo	2	1,0
Total	200	100,0



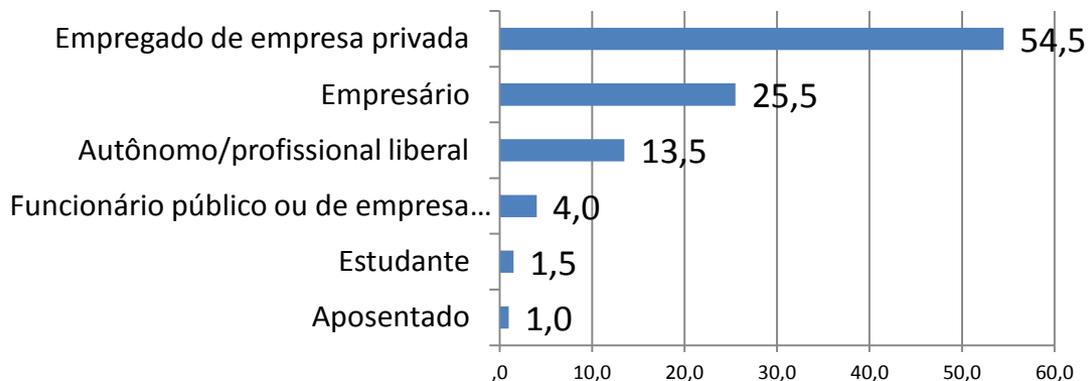
Escolaridade:		
	Frequência	Percentual
Fundamental	16	8,0
Médio	84	42,0
Superior incompleto	21	10,5
Superior	73	36,5
Mestrado	5	2,5
Doutorado	1	,5
Total	200	100,0



Perfil do público

Dentre as ocupações dos respondentes destacam-se: empregado de empresa privada (54,5%) e empresário (25,5%), o que condiz com a proposta do evento.

Qual é a sua ocupação principal?		
	Frequência	Percentual
Empregado de empresa privada	109	54,5
Empresário	51	25,5
Autônomo/profissional liberal	27	13,5
Funcionário público ou de empresa pública	8	4,0
Estudante	3	1,5
Aposentado	2	1,0
Total	200	100,0



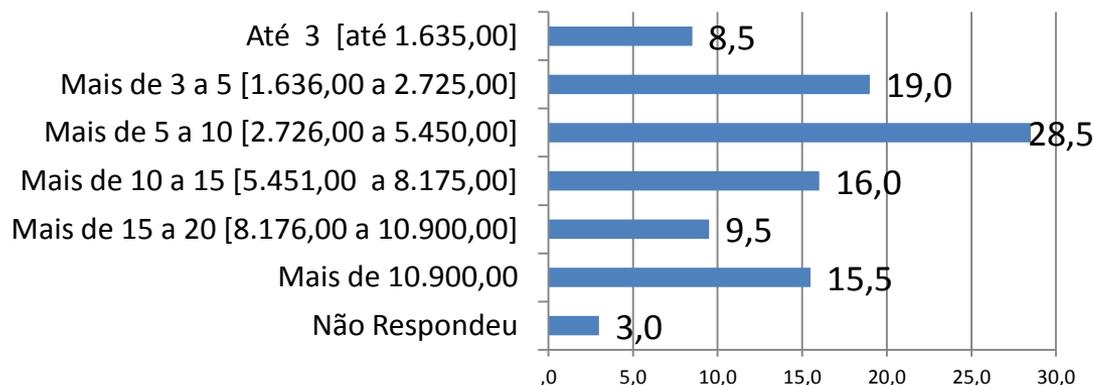
Perfil do público

A renda familiar de grande parte dos respondentes (57,5%) encontra-se entre 3 a 10 salários mínimos (de R\$ 1.636,00 a R\$ 5.450,00), com média igual a R\$ 5.717,34.

Renda Familiar (SM)		
	Frequência	Percentual
Até 3 [até 1.635,00]	17	8,5
Mais de 3 a 5 [1.636,00 a 2.725,00]	38	19,0
Mais de 5 a 10 [2.726,00 a 5.450,00]	57	28,5
Mais de 10 a 15 [5.451,00 a 8.175,00]	32	16,0
Mais de 15 a 20 [8.176,00 a 10.900,00]	19	9,5
Mais de 10.900,00	31	15,5
Não Respondeu	6	3,0
Total	200	100,0

→ Média
R\$ 5.717,34

Obs: Média calculada entre aqueles que responderam a questão.



Divulgação do Evento

Os entrevistados foram informados do evento junto à empresa onde trabalham (59,5%), através de parentes e amigos (21%) e por convite (19%).

Como soube deste evento?		
	Frequência	Percentual
Empresa	119	59,5
Parentes/amigos	42	21
Convite	38	19
Clientes	11	5,5
Internet	7	3,5
Mala direta	5	2,5
Jornal	4	2
TV	3	1,5
Folder	3	1,5
Rádio	2	1
Revistas	1	0,5
Outro	8	4
Total de respostas	243	

Outro meio - qual?		
	Freq.	%
Sindipães	2	1,0
Associação Comercial	1	,5
Associação dos Suinocultores	1	,5
Associado	1	,5
Divulgadores do evento	1	,5
Faculdade	1	,5
SEBRAE	1	,5
Total	8	4,0

*Múltipla resposta.

Avaliação do Evento

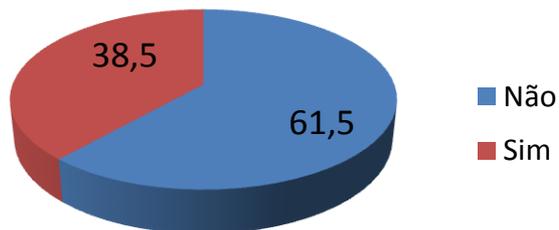
De modo geral, as instalações e serviços do local do evento foram avaliadas positivamente, com mais da metade dos respondentes qualificando-os como “ótimos” e “bons”. Destacam-se a organização do evento e a limpeza geral, consideradas ótimas por 55,5% e 53% respectivamente. O item pior avaliado foi o estacionamento, que chegou a registrar 9% de opiniões “ruim” ou “péssimo”.

Qualifique as instalações e serviços do local do evento:														
	Ótimo		Bom		Regular		Ruim		Péssimo		Não sabe		Total	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Organização do evento	111	55,5	85	42,5	4	2	0	0	0	0	0	0	200	100
Sinalização	86	43	101	50,5	11	5,5	2	1	0	0	0	0	200	100
Segurança	88	44	100	50	6	3	2	1	1	0,5	3	1,5	200	100
Limpeza geral	106	53	93	46,5	1	0,5	0	0	0	0	0	0	200	100
Instalações sanitárias	59	29,5	72	36	23	11,5	2	1	0	0	44	22	200	100
Estacionamento	51	25,5	90	45	35	17,5	12	6	6	3	6	3	200	100
Grau de satisfação geral com o evento	76	38	118	59	5	2,5	1	2	0	0	0	0	200	100

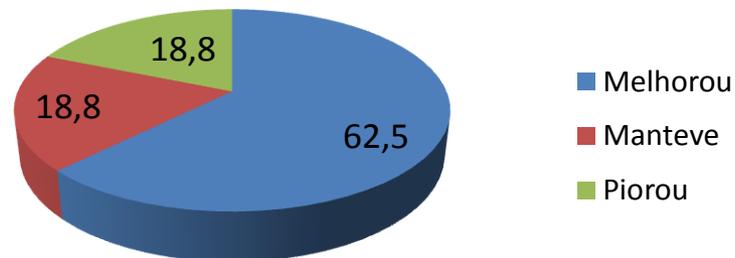
Hábitos e avaliações dos turistas

As questões a seguir foram apresentadas exclusivamente aos turistas, dos quais a maioria está retornando ao evento, já tendo participado antes (61,5%). Dentre os 16 turistas que já frequentaram a Feira Acaps anteriormente, 62,5% consideram que a última edição do evento apresentou melhoras ante as edições anteriores. Número considerável de respondentes considerou que houve piora na atual edição (18,8%).

Esta é a primeira vez que participa deste evento?		
	Frequência	Percentual
Não	16	61,5
Sim	10	38,5
Total	26	100,0



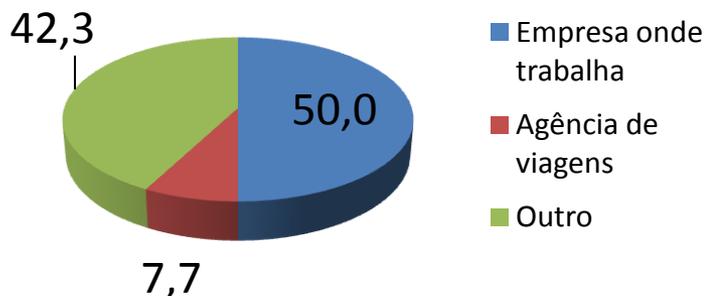
Se comparado com edições anteriores, qual é a sua avaliação sobre esta edição do evento?		
	Frequência	Percentual
Melhorou	10	62,5
Manteve	3	18,8
Piorou	3	18,8
Total	16	100,0



Viagem e locomoção

A viagem à Vitória, para participação na Feira, foi organizada pelas empresas em que os entrevistados trabalham, segundo metade dos respondentes. Outros 38,5% dos participantes organizaram sua viagem por conta própria. Apenas 7,7% recorreram a agências de viagens e um entrevistado disse ter vindo através do SEBRAE.

Como organizou sua viagem?		
	Frequência	Percentual
Empresa onde trabalha	13	50,0
Agência de viagens	2	7,7
Outro	11	42,3
Total	26	100,0

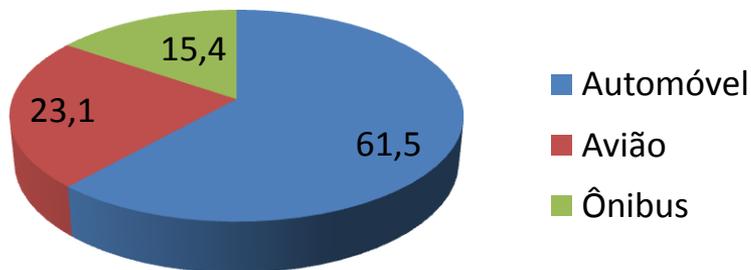


Outro meio - qual?		
	Frequência	Percentual
Por conta própria	10	38,5
SEBRAE	1	3,8
Total	11	42,3

Viagem e locomoção

O automóvel foi o meio de transporte mais comum para se chegar ao Espírito Santo, escolhido por 61,5% dos respondentes. Outros 23,1% vieram de avião e apenas 15,4% de ônibus.

Meio de transporte utilizado para chegar ao ES		
	Frequência	Percentual
Automóvel	16	61,5
Avião	6	23,1
Ônibus	4	15,4
Total	26	100,0



Viagem e locomoção

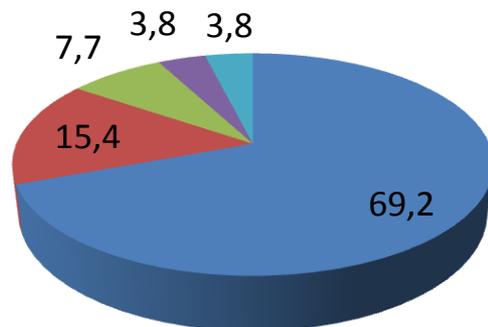
Para a locomoção dentro da cidade de Vitória e até o evento o automóvel próprio ou da empresa também foi o meio mais procurado (69,2%). Carros alugados vieram em seguida, superando o uso de táxi. Apenas um entrevistado utilizou ônibus para chegar ao evento.

Qual meio de transporte que utiliza na cidade do evento?

	Frequência	Percentual
Carro próprio/da empresa	18	69,2
Carro alugado	4	15,4
Táxi	2	7,7
Ônibus	1	3,8
Outros	1	3,8
Total	26	100,0

Outros meios - quais?

	Frequência	Percentual
Carro de amigos	1	3,8
Total	1	3,8



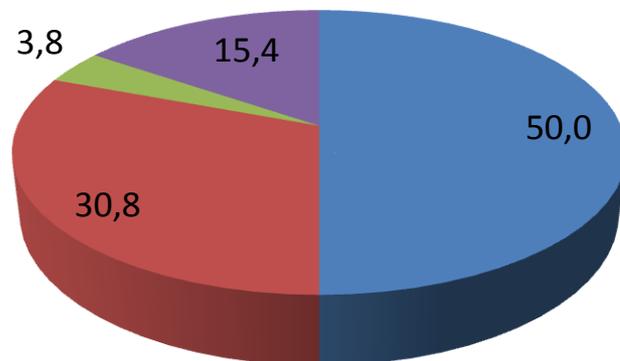
- Carro próprio/da empresa
- Carro alugado
- Táxi
- Ônibus
- Outros

Hospedagem

Quanto à hospedagem, metade dos respondentes optou por hotéis e flats. Outros 30,8% ficaram na casa de amigos e parentes.

Qual o meio de hospedagem o(a) Sr.(a) está utilizando?		
	Frequência	Percentual
Hotel/flat	13	50,0
Casa amigo/parente	8	30,8
Casa alugada	1	3,8
Outro	4	15,4
Total	26	100,0

Outros meios - quais?		
	Frequência	Percentual
Imóvel próprio	4	15,4
Total	4	15,4



- Hotel/flat
- Casa amigo/parente
- Casa alugada
- Outro

Hospedagem

Foi solicitado que os turistas hospedados em hotéis ou flats qualificassem o serviço prestado. De maneira geral, todos os itens foram classificados de maneira positiva, com conceitos "bom" ou "ótimo". Apenas uma pessoa atribuiu um conceito ruim, para "qualidade do atendimento", pois em sua opinião o hotel escolhido era "péssimo e com falta de treinamento do pessoal"

Se marcou HOTEL/FLAT ou POUSADA, qualifique:														
	Ótimo		Bom		Regular		Ruim		Péssimo		Não sabe		Total	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Qualidade das instalações	2	15,4	9	69,2	2	15,4	0	0	0	0	0	0	26	100
Padrões de conforto	4	30,8	5	38,5	4	30,8	0	0	0	0	0	0	26	100
Qualidade do restaurante	3	23,1	3	23,1	2	15,4	0	0	0	0	5	38,5	26	100
Qualidade do atendimento	5	38,5	7	53,8	0	0	1	7,7	0	0	0	0	26	100
Hospitalidade	6	46,2	9	46,2	1	7,7	0	0	0	0	0	0	26	100

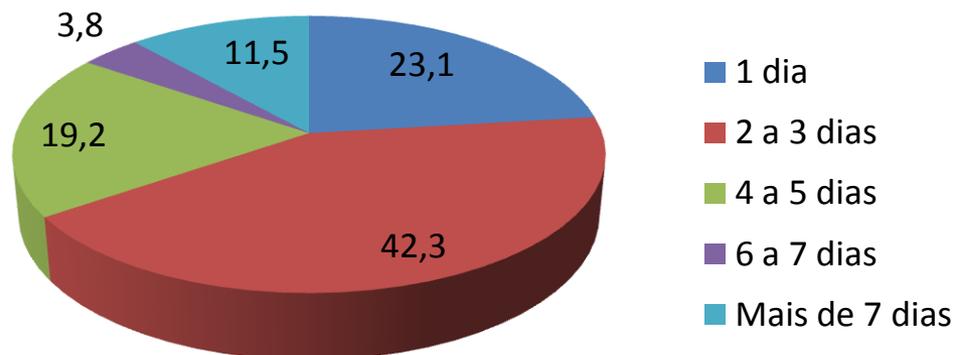


Se qualificou como ruim ou péssimo, justifique:		
	Frequência	Percentual
Hotel péssimo e falta de treinamento do pessoal	1	7,7
Total	1	7,7

Estadia

A maioria dos turistas permaneceu em Vitória por um período de até 3 dias (65,4%), sobretudo em 2 ou 3 dias.

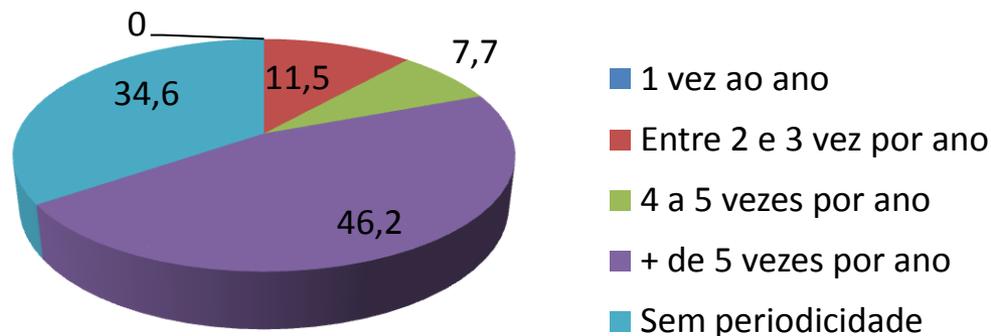
Qual tempo de sua estada em Vitória?		
	Frequência	Percentual
1 dia	6	23,1
2 a 3 dias	11	42,3
4 a 5 dias	5	19,2
6 a 7 dias	1	3,8
Mais de 7 dias	3	11,5
Total	26	100,0



Estadia

Quando perguntados sobre a periodicidade com que vêm à Vitória os turistas dividiram-se em dois extremos: aqueles que frequentam a cidade com grande periodicidade (mais de 5 vezes por ano - 46,2%) e aqueles que frequentam poucas vezes, sem periodicidade (34,6%).

Periodicidade que vem a Vitória?		
	Frequência	Percentual
1 vez ao ano	0	0
Entre 2 e 3 vez por ano	3	11,5
4 a 5 vezes por ano	2	7,7
+ de 5 vezes por ano	12	46,2
Sem periodicidade	9	34,6
Total	26	100,0

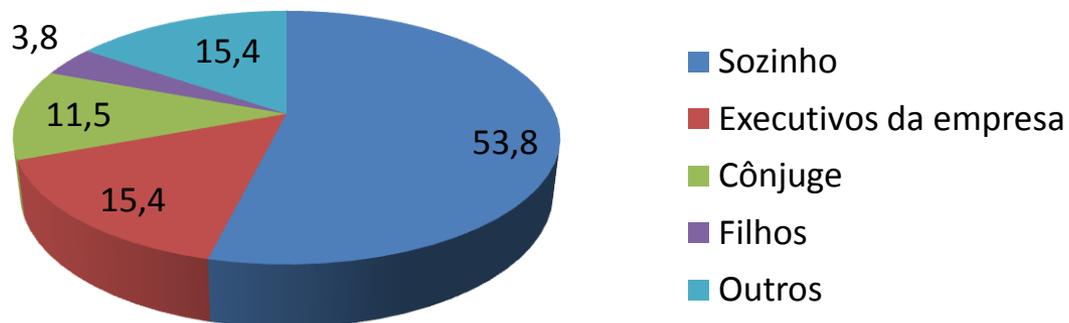


Estadia

Pouco mais da metade dos entrevistados viajam desacompanhados (53,8%). Outros 15,4% estão acompanhados de executivos da empresa.

Quem lhe acompanha na viagem?		
	Freq.	%
Sozinho	14	53,8
Executivos da empresa	4	15,4
Cônjuge	3	11,5
Filhos	1	3,8
Outros	4	15,4
Total	26	100,0

Outras pessoas - quem?		
	Freq.	%
Amigos	1	3,8
Equipe de empresários	1	3,8
Pai	1	3,8
Parentes	1	3,8
Total	4	15,4

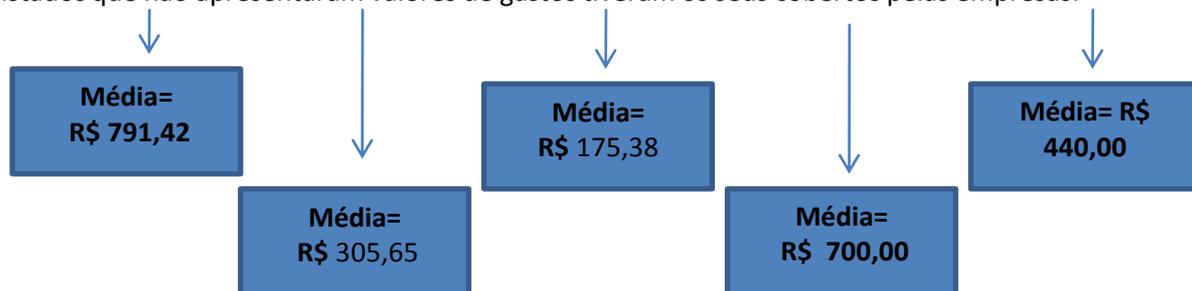


Gastos

A média dos gastos de cada turista foi de R\$ 791,42 com hospedagem, R\$ 305,65 com alimentação, R\$ 175,38 com diversão, R\$ 700,00 em compras e R\$ 440,00 nos demais gastos.

Qual o seu gasto total aproximado no ES com:										
	Hospedagem		Alimentação		Diversão		Compras		Demais gastos	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Não possui gastos	12	46,2	3	11,5	13	50	21	80,8	16	61,5
Até R\$200,00	4	15,4	14	53,8	10	38,5	2	7,7	8	30,8
De R\$201,00 a R\$400,00	4	15,4	3	11,5	2	7,7	1	3,8	0	0
De R\$401,00 a R\$600,00	1	3,8	4	15,4	1	3,8	0	0	0	0
De R\$601,00 a R\$800,00	1	3,8	1	3,8	0	0	0	0	0	0
De R\$801,00 a R\$1000,00	0	0	0	0,0	0	0	0	0	0	0
Mais de R\$1000,00	4	15,4	1	3,8	0	0	2	7,7	2	7,7
Total	26	100	26	100	26	100	26	100	26	100

Obs: os entrevistados que não apresentaram valores de gastos tiveram os seus cobertos pelas empresas.



Soma dos gastos médios por pessoa: R\$ 2.412,45

Obs: as médias foram calculadas sobre os respondentes que apresentaram valores dos gastos.

Estadia

A maioria dos turistas vieram ao evento desacompanhados (80,8%). Os que estavam acompanhados, tinham em média 1,8 dependentes consigo.

Quantos dependentes vieram com o(a) Sr.(a) e estão incluídos nos gastos descritos anteriormente?		
	Frequência	Percentual
Veio sozinho	21	80,8
1	3	11,5
3	2	7,7
Total	26	100,0



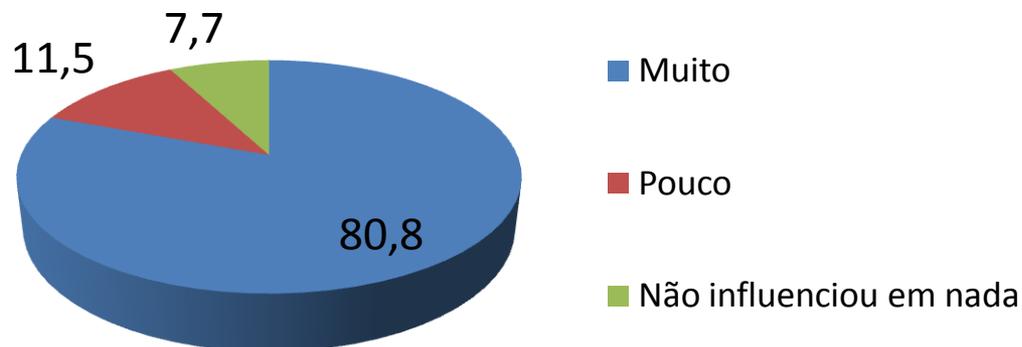
Média: 1,8

Estadia

Para 80,8% dos turistas, o fato de Vitória sediar a Feira Acaps influenciou em muito a decisão de vir à cidade. Apenas 7,7% deles afirmaram não influenciar em nada.

O fato de Vitória sediar este evento influenciou na sua decisão de vir à cidade?

	Frequência	Percentual
Muito	21	80,8
Pouco	3	11,5
Não influenciou em nada	2	7,7
Total	26	100,0



Receptivo

Apenas 15,4% dos turistas utilizaram receptivo na cidade. Dentre os 84,6% que não o fizeram, 34,6% dispensaram o serviço por já conhecerem a cidade. Outros motivos destacados foram o fato de ter vindo com carro próprio e ter vindo exclusivamente para o evento (19,2% cada).

O Sr.(a) realizou "receptivo" durante sua estada nesta cidade?		
	Frequência	Percentual
Não	22	84,6
Sim	4	15,4
Total	26	100,0

Se SIM, qual o nome da agência:		
	Frequência	Percentual
ALATUR	1	3,8
Augustos	1	3,8
Marilândia	1	3,8
Não lembra	1	3,8
Total	4	15,4

Se NÃO, por quê?		
	Freq.	%
Conhece a cidade	9	34,6
Veio com carro próprio	5	19,2
Veio somente para o evento	5	19,2
Veio com o carro da empresa	1	3,8
Possui casa na cidade	1	3,8
Translado realizado pela empresa	1	3,8
Total	22	84,6

Avaliação do receptivo

Os quatro respondentes que realizaram receptivo durante sua estadia em Vitória mostraram-se satisfeitos, atribuindo conceito “bom” ou “ótimo” aos serviços oferecidos. “Equipamento de transporte utilizado” e “Atenção e atendimento” foram os serviços mais bem avaliados, ambos com metade das opiniões divididas entre “ótimo” e “bom”.

Qualifique o receptivo utilizado na cidade:										
	Ótimo		Bom		Regular		Não sabe		Total	
	<i>f</i>	%								
Empresas prestadoras de receptivo	1	25	3	75	0	0	0	0	4	100
Passeios/roteiros oferecidos	1	25	2	50	0	0	1	25	4	100
Qualidade dos serviços	2	50	1	25	1	25	0	0	4	100
Equipamento de transporte utilizado	2	50	2	50	0	0	0	0	4	100
Atenção e atendimento	2	50	2	50	0	0	0	0	4	100

Obs: Não houveram qualificações nas categorias “ruim” ou “péssimo”.

Avaliações de Vitória

No tocante às avaliações sobre serviços e atrativos na cidade de Vitória, os entrevistados consideraram como “regular” os serviços de limpeza urbana, os transportes no município e a fluidez no trânsito. O acesso aos atrativos turísticos e o atendimento nestes locais, por sua vez, foram avaliados como “bom”. O serviço de táxi não pode ser avaliado pelo maior percentual de respondentes, refletindo hábitos de locomoção já demonstrados anteriormente.

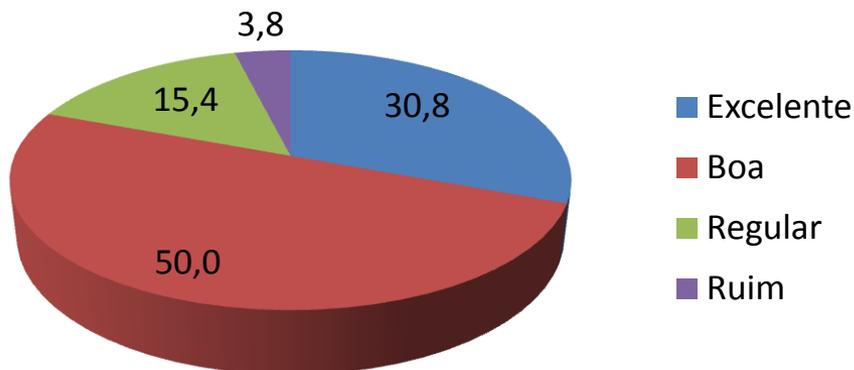
Avalie os serviços ou atrativos utilizados na cidade de Vitória:

	Ótimo		Bom		Regular		Ruim		Péssimo		Não sabe		Total	
	f	%	f	%	f	%	f	%	F	%	f	%	f	%
Limpeza urbana	1	3,8	10	38,5	12	46,2	3	11,5	0	0	0	0	26	100
Transportes em Vitória (táxi, ônibus)	2	7,7	6	23,1	8	30,5	3	11,5	0	0	7	26,9	26	100
Táxi	1	3,8	8	30,8	7	26,9	0	0	0	0	10	38,5	26	100
Fluidez no trânsito	2	7,7	4	15,4	11	42,3	0	0	9	34,6	0	0	26	100
Acesso aos atrativos turísticos	2	7,7	13	50	1	3,8	3	11,5	1	3,8	6	23,1	26	100
Atendimento nos atrativos turísticos	1	3,8	15	57,7	2	7,7	1	3,8	0	0	7	26,9	26	100
Gastronomia local	7	26,9	17	65,4	1	3,8	0	0	0	0	1	3,8	26	100

Avaliação de Vitória

Metade dos turistas entrevistados tiveram uma boa impressão de Vitória enquanto destino de negócios. Somados aos que a consideraram excelente, o total de aprovação é de 80,8%. Apenas 3,8% tiveram uma impressão ruim da cidade.

A sua impressão geral de Vitória enquanto destino de negócios é:		
	Frequência	Percentual
Excelente	8	30,8
Boa	13	50,0
Regular	4	15,4
Ruim	1	3,8
Total	26	100,0



Avaliação de Vitória

Quase todos os turistas entrevistados pretendem retornar à Vitória por motivo de lazer (96,2%). Apenas um respondente afirmou não ter essa intenção, devido aos problemas de trânsito da cidade e à falta de atrativos, segundo sua perspectiva.

Pretende retornar por motivo de lazer?		
	Frequência	Percentual
Sim	25	96,2
Não	1	3,8
Total	26	100,0



Se NÃO, por quê?		
	Frequência	Percentual
Cidade sem atrativos e com trânsito ruim	1	3,8
Total	1	3,8

Considerações Finais

Esta pesquisa teve como objetivo traçar o perfil dos participantes de eventos no Espírito Santo, em especial da 25ª Convenção e Feira Capixaba de Supermercados – Super Acaps 2011. Buscou-se saber a origem e tempo de permanência deles no Estado, avaliar a opinião deles quanto a estrutura oferecida e qualificar seus gastos durante a estadia.

A pesquisa foi aplicada entre os freqüentadores da feira, que foram então classificados entre dois públicos: turistas - que nesse caso é a pessoa que permanecer, pelo menos, 24 horas ou ter, ao menos, um pernoite na cidade - e não-turista. A maior parte do público estava em visita de apenas um dia à feira ou provinham da própria região metropolitana de Vitória, sobretudo da própria Capital, de Vila Velha e Serra, caracterizando-se como não-turistas.

Mesmo os turistas são, em sua maioria, provenientes do Espírito Santo, com residência no interior do estado. Dentre os entrevistados que não são capixabas, grande parte é oriunda do estado de São Paulo.

Considerações Finais

O público do evento é, em sua maioria, composto por homens com faixa etária no intervalo entre 26 a 45 anos, casados e com formação educacional igual ou superior ao Ensino Médio, muitos deles com Ensino Superior completo. Dentre as ocupações dos respondentes destacam-se: empregado de empresa privada e empresário, o que condiz com a proposta do evento. A renda familiar encontra-se entre 3 a 10 salários mínimos (de R\$ 1.636,00 a R\$ 5.450,00), com média igual a R\$ 5.717,34.

Os entrevistados foram informados do evento junto à empresa onde trabalham, através de parentes e amigos e por convite. De modo geral, as instalações e serviços do local do evento foram avaliadas positivamente, com mais da metade dos respondentes qualificando-os como “ótimos” e “bons”. Os itens melhores avaliados foram a organização do evento e a limpeza geral. O item pior avaliado foi o estacionamento.

As questões seguintes foram apresentadas exclusivamente aos turistas, dos quais a maioria está retornando ao evento, já tendo participado antes. Dentre os 16 turistas que já freqüentaram a Feira anteriormente, a maioria consideram que a última edição do evento apresentou melhoras ante as edições anteriores.

Considerações Finais

A viagem à Vitória, para participação na Feira, foi organizada pelas empresas em que os entrevistados trabalham, segundo metade dos respondentes. Outros participantes organizaram sua viagem por conta própria. O automóvel próprio ou da empresa foi o meio de transporte mais comum para se chegar ao Espírito Santo, bem como para se locomover para e do evento.

Quanto à hospedagem, metade dos respondentes optou por hotéis e flats. Outro significativo percentual preferiu ficar na casa de amigos e parentes. Foi solicitado que os turistas hospedados em hotéis ou flats qualificassem o serviço prestado. De maneira geral, todos os itens foram classificados de maneira positiva, com conceitos "bom" ou "ótimo".

A maioria dos turistas permaneceu em Vitória por um período de até 3 dias e se dividiu, quanto à periodicidade da vinda à cidade, em dois extremos: aqueles que freqüentam a cidade mais de cinco vezes por ano e aqueles que visitam poucas vezes, sem periodicidade. Pouco mais da metade dos entrevistados viajaram ao evento desacompanhados. A soma da média dos gastos de cada turista foi de R\$2412,45 e em geral ele não incluiu dependentes. O item mais dispendioso desse total foi a hospedagem.

Considerações Finais

Para a maioria dos turistas, o fato de Vitória sediar a Feira Acaps influenciou em muito a decisão de vir à cidade. Poucos turistas utilizaram receptivo na cidade. Dentre a maioria dos que não o fizeram, muitos dispensaram o serviço por já conhecerem a cidade.

Os quatro respondentes que realizaram receptivo durante sua estadia em Vitória mostraram-se satisfeitos, atribuindo conceito “bom” ou “ótimo” aos serviços oferecidos. “Equipamento de transporte utilizado” e “Atenção e atendimento” foram os itens mais bem avaliados, ambos com metade das opiniões divididas entre “ótimo” e “bom”.

No tocante às avaliações sobre serviços e atrativos na cidade de Vitória, os entrevistados consideraram como “regular” os serviços de limpeza urbana, os transportes no município e a fluidez no trânsito. O acesso aos atrativos turísticos e o atendimento nestes locais, por sua vez, foram avaliados como “bom”. O serviço de táxi não pode ser avaliado pelo maior percentual de respondentes, refletindo hábitos de locomoção já demonstrados anteriormente. Metade dos turistas entrevistados tiveram uma boa impressão de Vitória enquanto destino de negócios e quase a totalidade deles pretende retornar para lazer.

Anexos

Cidade de origem – não-turistas					
	<i>f</i>	%		<i>f</i>	%
Vitória	53	30,5	Sooretama	2	1,1
Vila Velha	38	21,8	Afonso Cláudio	1	,6
Serra	18	10,3	Alfredo Chaves	1	,6
Cariacica	13	7,5	Campos de Goytacazes	1	,6
Guarapari	9	5,2	Conceição do Castelo	1	,6
Aracruz	7	4,0	Guaçuí	1	,6
Domingos Martins	5	2,9	Marataízes	1	,6
Colatina	4	2,3	Marechal Floriano	1	,6
Fundão	3	1,7	Santa Leopoldina	1	,6
Viana	3	1,7	Vargem Alta	1	,6
Brejetuba	2	1,1	Venda Nova do Imigrante	1	,6
Linhares	2	1,1	Vila Valério	1	,6
Nova Venécia	2	1,1			
São Mateus	2	1,1	Total	174	100,0

Anexos



25ª Convenção e Feira Capixaba de Supermercados
12ª Feira de Panificação, Confeitaria e Cafeteria do ES

Cidade de origem - turistas

	<i>f</i>	%		<i>f</i>	%
Brejetuba	3	11,5	Marechal Floriano	1	3,8
São Paulo	3	11,5	Montanha	1	3,8
Colatina	2	7,7	Pedro Canario	1	3,8
Aracruz	1	3,8	Rio Bananal	1	3,8
Belo Horizonte	1	3,8	Rio Novo do Sul	1	3,8
Cachoeiro de Itapemirim	1	3,8	Santo André	1	3,8
Curitiba	1	3,8	São Bernardo do Campo	1	3,8
Guaçuí	1	3,8	São Mateus	1	3,8
Guarapari	1	3,8	Venda Nova do Imigrante	1	3,8
Itapemirim	1	3,8	Vitória da Conquista	1	3,8
Jequié	1	3,8	Total	26	100,0



meta

pesquisas de opinião

Rua Allan Kardec, 63 – CEP 90680-310, Porto
Alegre/RS, Brasil
Fone/Fax (051) 3315-2456
e-mail: meta@metapesquisa.com.br