

# ***RELATÓRIO ANALÍTICO: FESTA DA POLENTA***

Relatório do levantamento realizado durante a Festa da Polenta 2014, no município de Venda Nova do Imigrante – ES, nos dias 11,12, 18 e 19 de outubro de 2014



# ***RELATÓRIO DA PESQUISA DE DEMANDA TURÍSTICA: FESTA DA POLENTA***

**Cliente:**

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

**Empresa Responsável pela Pesquisa:**

***GMR INTELIGÊNCIA DE MERCADO LTDA***

**Data:**

***10/11/2014***

## **Resumo**

O presente relatório é a apresentação da pesquisa de demanda turística realizada durante a Festa da Polenta, que ocorreu no município de Venda Nova do Imigrante, no Espírito Santo. A pesquisa foi realizada nos dias 11, 12, 18 e 19 outubro 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 401 pessoas.

## SUMÁRIO

CENÁRIO .....	5
OBJETIVOS DA PESQUISA .....	7
O CAMPO.....	9
POPULAÇÃO INVESTIGADA.....	11
METODOLOGIA.....	13
RESULTADOS DA PESQUISA .....	15
PERFIL DOS RESPONDENTES.....	16
A VIAGEM.....	20
O EVENTO .....	28
RESTAURANTES E HOTÉIS .....	30
O DESTINO.....	32
GASTO MÉDIO.....	37
QUESTIONÁRIO UTILIZADO .....	39

# 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**

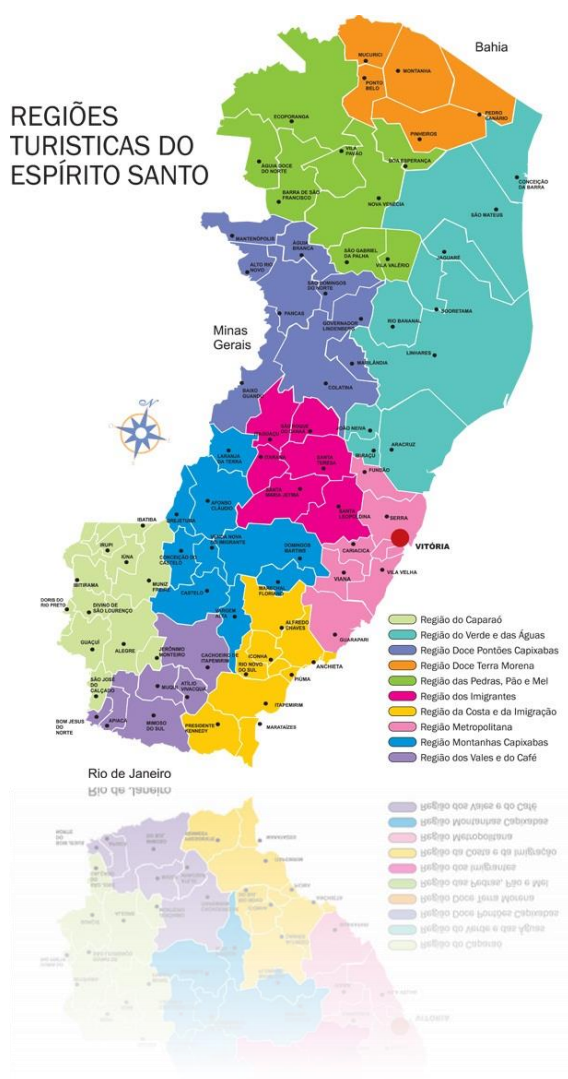
- Identificação do perfil dos turistas e visitantes no Estado por meio de suas características socioeconômicas.
- Avaliação da infraestrutura turística por parte dos turistas e visitantes.
- Avaliação da infraestrutura do destino por parte dos turistas e visitantes.





## **O CAMPO**

A Festa da Polenta, que ocorreu em Venda Nova do Imigrante, revelou-se um evento com capacidade limitada de atrair visitantes de fora do estado, mas apresenta um alto nível de atratividade local. Ou seja, consegue atrair um bom fluxo – em termos quantitativos - de turistas do estado. No evento, para a realização da pesquisa, foram feitas 506 abordagens, sendo que 105 (21%) foram descartados por residirem em Venda Nova do Imigrante e 401 (79%) foram entrevistados, pois se enquadravam no perfil a ser investigado.



# **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 11,12, 18 e 19 de outubro de 2014.

Para este público foi estimado um tamanho amostral que compreendeu a realização de 401 entrevistas.

# **RESULTADOS DA PESQUISA**

# **PERFIL DOS RESPONDENTES**



Durante a realização do evento a equipe de pesquisadores da GMR Inteligência de Mercado abordou os participantes da Festa da Polenta 2014, seguindo os padrões técnicos recomendados para esta coleta de dados (Padrão ESOMAR<sup>1</sup>/ABEP<sup>2</sup>).

As pessoas eram abordadas e, em uma pergunta filtro, era perguntado sobre o seu local de moradia permanente. Caso respondessem que residiam na cidade de Venda Nova do Imigrante ou cercanias, eram prontamente descartados e o pesquisador partia para uma nova abordagem.

Em relação ao gênero tivemos uma distribuição com 47% dos respondentes do gênero feminino e 53% masculino.

Em relação ao estado civil o maior percentual era de casados, com 51%. Em seguida tínhamos os solteiros, com 39%. Completavam a amostra, 7% de pessoas afirmando estar separadas/divorciadas e 4% de viúvos.

O perfil da amostra apontava para uma respondente jovem com 37,4 anos, em média, de idade e com uma mediana de 35 anos. Depreende-se dos números citados também uma homogeneidade no perfil.

Em termos de instrução tínhamos 45% da amostra com nível médio. Em seguida tínhamos 32% de respondentes com nível superior. 16% Tinham somente o ensino fundamental e por fim, 8% afirmavam ser pós graduados.

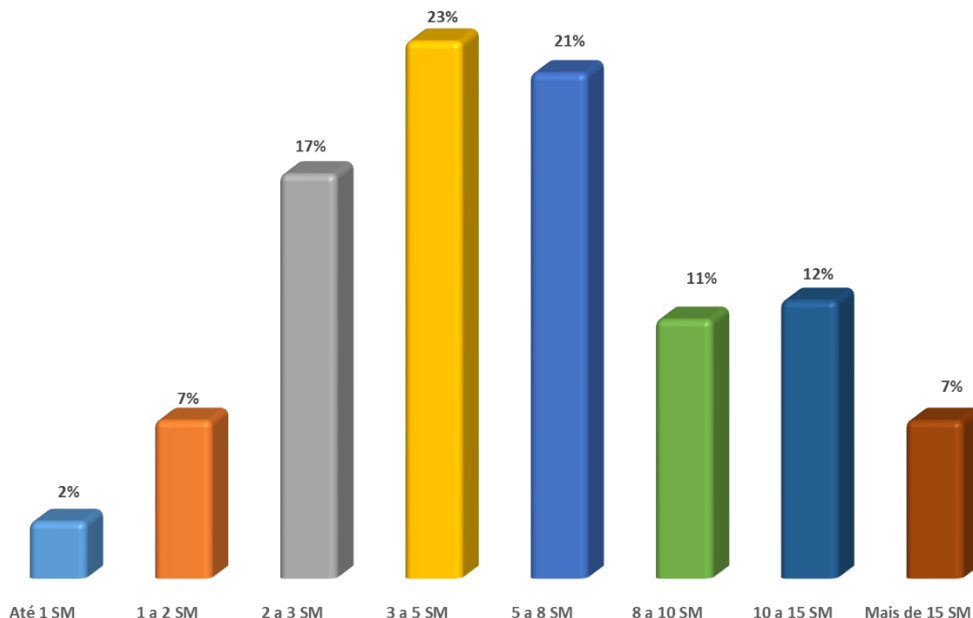
Em relação a renda familiar tivemos uma taxa de não-resposta (recusa) de, somente, 7%. A distribuição da renda informada se encontra a seguir no Gráfico 1.

---

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

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

## Gráfico 1 – Renda Familiar



Podemos verificar que a renda familiar informada se concentrou nas faixas médias. Somente 9% da amostra afirmaram ter uma renda familiar menor que dois salários mínimos. Já os que afirmam ter mais de oito salários alcançou o percentual de 30% da amostra.

Em relação a procedência do entrevistado, tivemos apenas 0,5 % 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
Estados Unidos	1
Inglaterra	1

Já dentre os entrevistados de procedência nacional, tivemos representantes de 4 estados além do Espírito Santo. Rio de Janeiro, São Paulo, Minas Gerais e Acre. A tabela 2 apresenta a distribuição detalhada de sua origem.

**Tabela 2 - Origem dos turistas nacionais abordados**

ESTADO	FREQUÊNCIA	%
Espírito Santo	371	92,5%
Rio de Janeiro	13	3,2%
Minas Gerais	12	3,0%
São Paulo	2	0,5%
Acre	1	0,2%
<b>TOTAL</b>	<b>399</b>	<b>100%</b>

A seguir apresentamos a origem dos capixabas presentes ao evento. Destacamos somente os 15 municípios com mais turistas presentes.

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

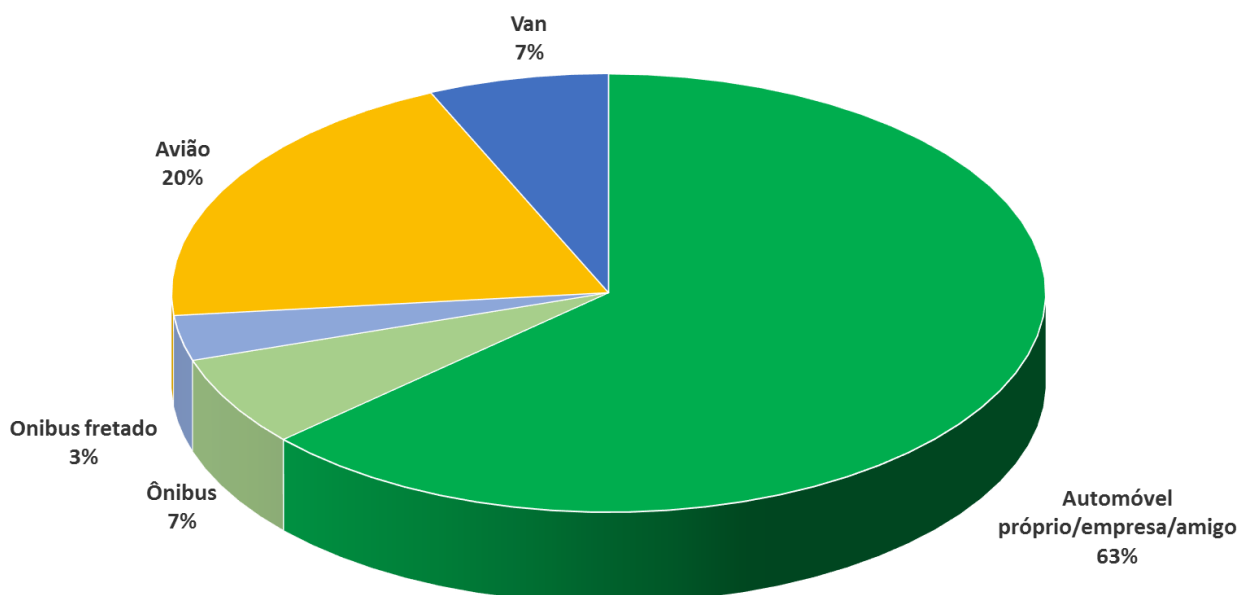
MUNICÍPIO DO ES	FREQUÊNCIA	%
Vila Velha	183	49%
Serra	48	13%
Cariacica	39	11%
Cachoeiro do Itapemirim	25	7%
Colatina	8	2%
Aracruz	7	2%
Vargem Alta	6	2%
Guarapari	5	1%
Alegre	4	1%
Linhares	4	1%
Viana	4	1%
Alfredo Chaves	3	1%
Anchieta	3	1%
Marataízes	3	1%
Atilio Vivácqua	2	1%
Outros	27	7%

## **A VIAGEM**

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

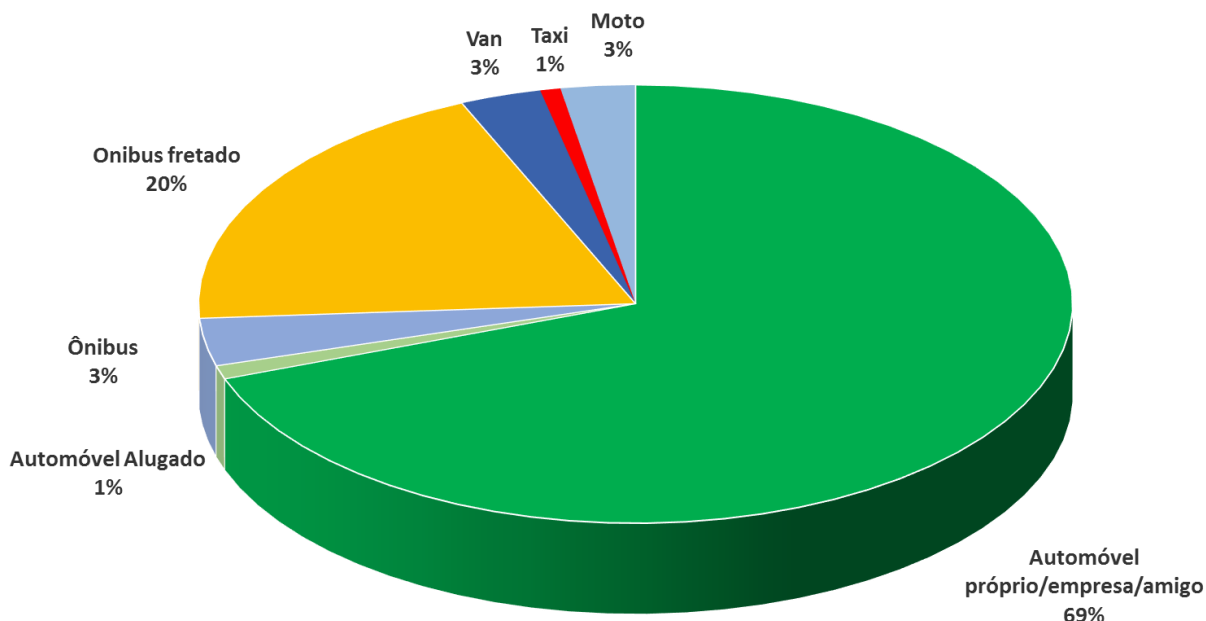
Segundo os entrevistados o principal modal para chegada ao Espírito Santo foi o “automóvel” (63%), seguido do “avião” (20%). O detalhamento dos modais, para chegada ao estado e a cidade destino, estão a seguir nos gráficos 2 e 3.

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 automóvel (69%) como meio e deslocamento dentro do estado.

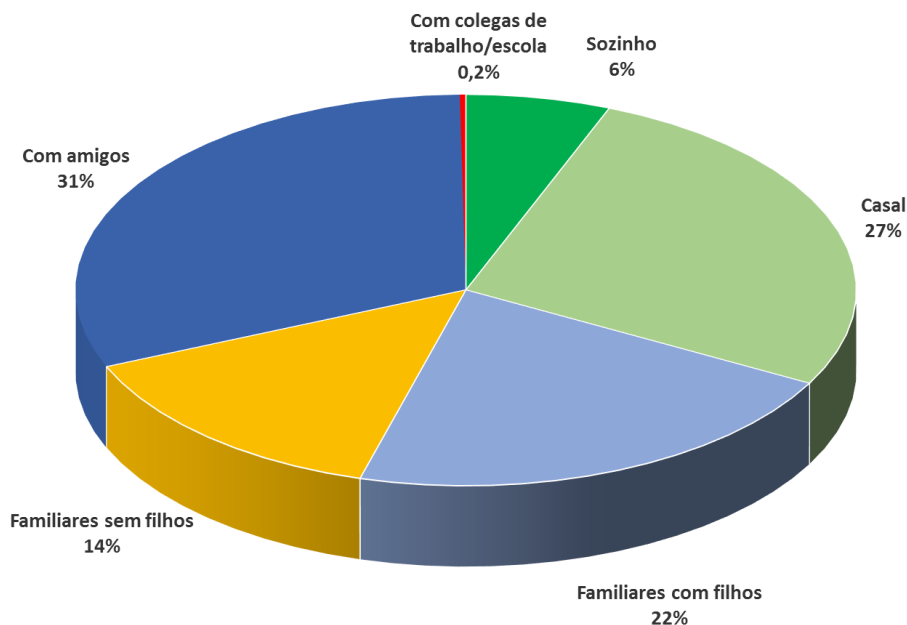
**Gráfico 3 – Meio de Transporte para chegar ao Destino.**



A pergunta sobre “com quem foi feita a viagem” apresentou uma grande divisão, não tendo uma categoria predominante. A viagem “com amigos” totalizou 31%. Em seguida tivemos a viagem com o companheiro(a) (casal) com 27% das menções. 22% Dos entrevistados eram familiares com filhos. A viagem solitária totalizou somente 6% das respostas O detalhamento dos percentuais se encontra no gráfico 4.

Em média, para os casos que responderam estar viajando acompanhado, o número de acompanhantes era 6,4 pessoas. A mediana obtida para esta variável foi de 3 pessoas.

**Gráfico 4 – Viajando com quem?**



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

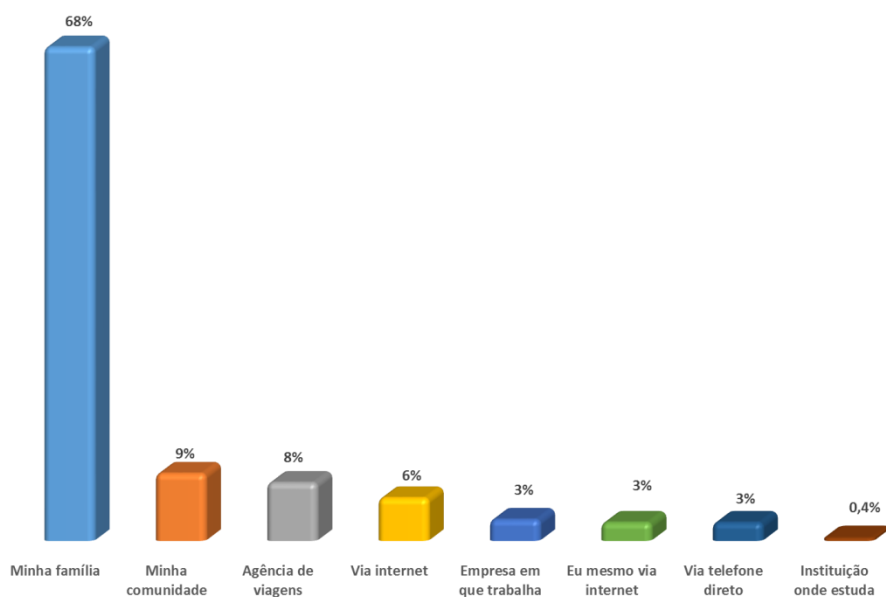
**Tabela 4 – Meio pelo qual tomou conhecimento do evento?**

<b>EVENTO</b>	<b>FREQUÊNCIA</b>	<b>%</b>
Parentes/ Amigos	143	36%
TV/Rádio	103	26%
Já vim em edições	69	17%
Internet	61	15%
Empresa	8	2%
Outdoor/ Cartazes	8	2%
Jornal	7	2%
Convites	1	0,2%
Agência	1	0,2%

A principal forma de informação foi a comunicação via parentes e amigos. Em seguida tivemos a propaganda em Rádio e TV.

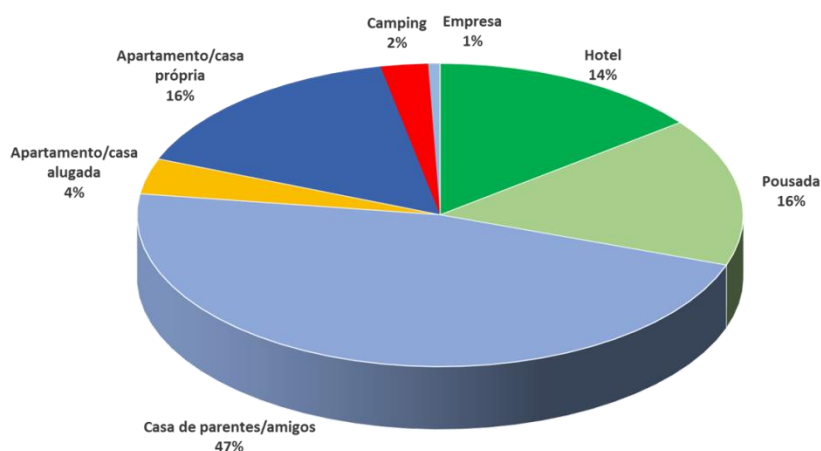
Para 41% dos entrevistados a viagem não contou com um planejamento formal. O Gráfico 5 apresenta as formas de organização adotada por aquele que informaram ter feito algum tipo de planejamento formal.

Gráfico 5 – Forma de organização da viagem



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

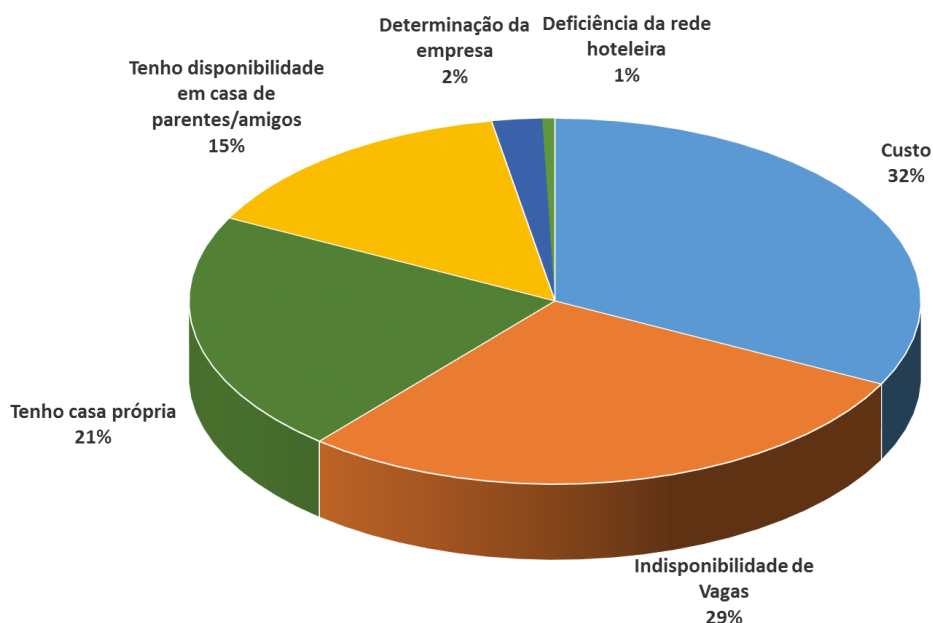
Gráfico 6 – Local de hospedagem





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” (32%) em seguida tivemos a “indisponibilidade de vagas. Os demais motivos estão no Gráfico 7.

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

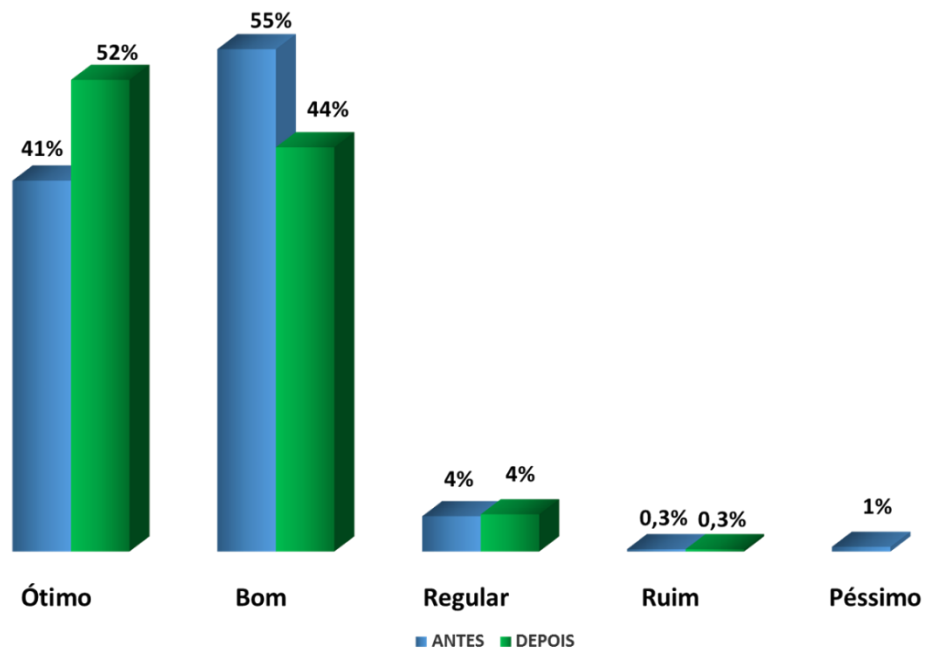


Ainda em relação a viagem, 51% dos entrevistados afirmaram estar retornando ao mesmo evento.

O fato de o evento ser realizado em Venda Nova do Imigrante foi apontado como muito importante – influenciou a viagem – por 78% dos entrevistados. Para 18% o fato de o evento ter sido realizado nesta cidade não teve nenhum impacto. Por fim, 4% afirmaram que o local do evento teve uma pequena influência na sua decisão de participar.

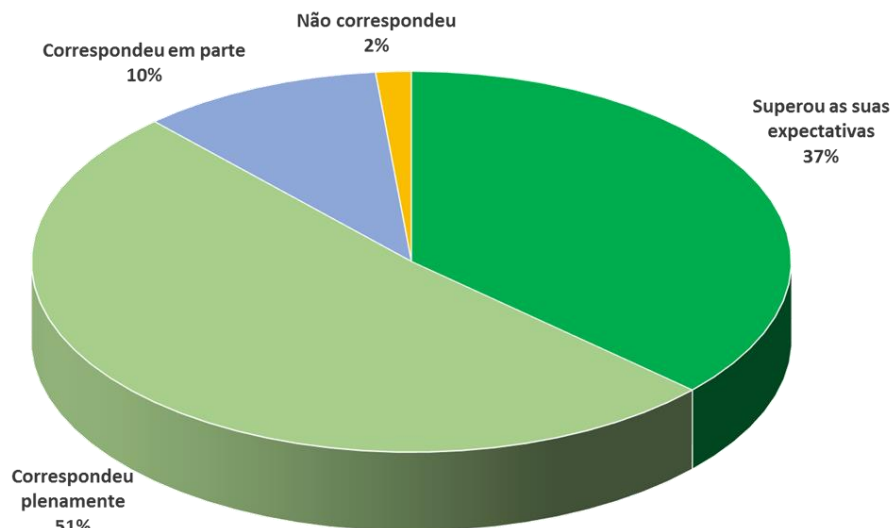
O evento causou um, pequeno, impacto positivo na imagem da cidade. Podemos afirmar isso a partir da leitura do gráfico 8. O gráfico aponta que a percepção da cidade melhorou de forma sensível, para os entrevistados.

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



Em relação as expectativas podemos afirmar que houve um forte impacto. Para 88% dos respondentes a viagem correspondeu ou superou as suas expectativas. Para 10% a viagem "atendeu em parte" as suas expectativas e para 2% 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:

- 97% afirmaram pretender voltar ao evento
- 99% afirmaram recomendar o evento
- 98% afirmaram pretender retornar ao destino

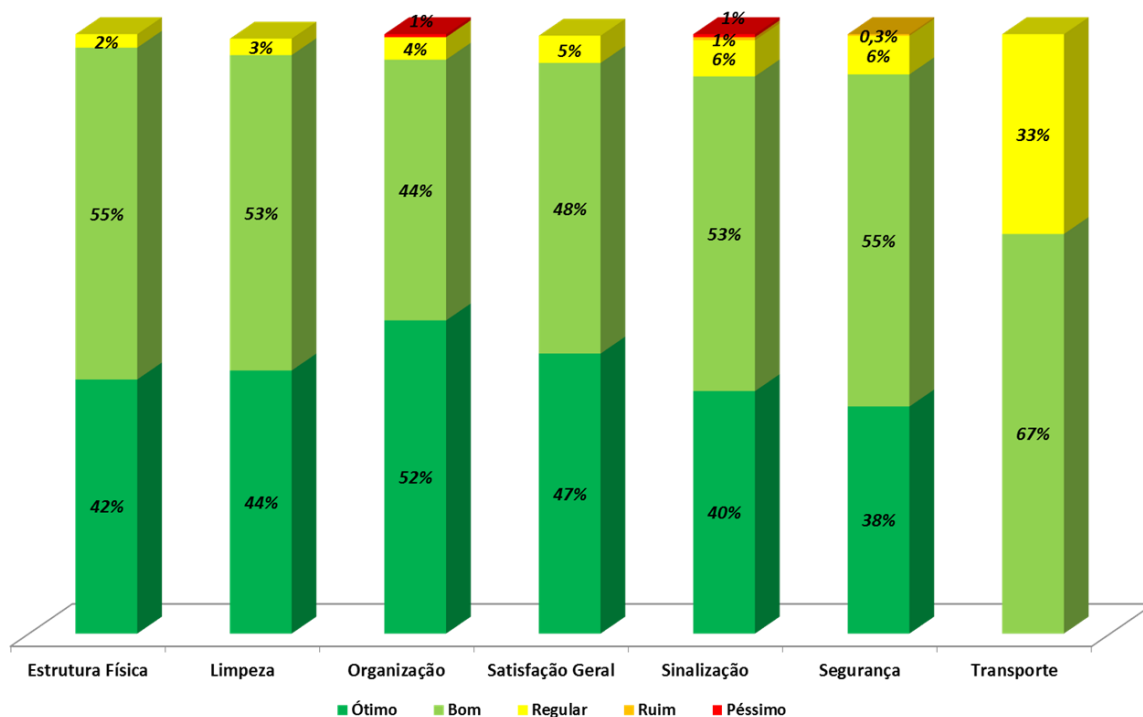
Destaca-se que para, 31% dos respondentes esta foi a sua primeira viagem a Venda Nova do Imigrante.



## **O EVENTO**

A seguir apresentamos a avaliação da estrutura a disposição da Festa da Polenta 2014. Como pode ser percebido todos os elementos avaliados apresentaram um bom desempenho, a exceção do transporte.

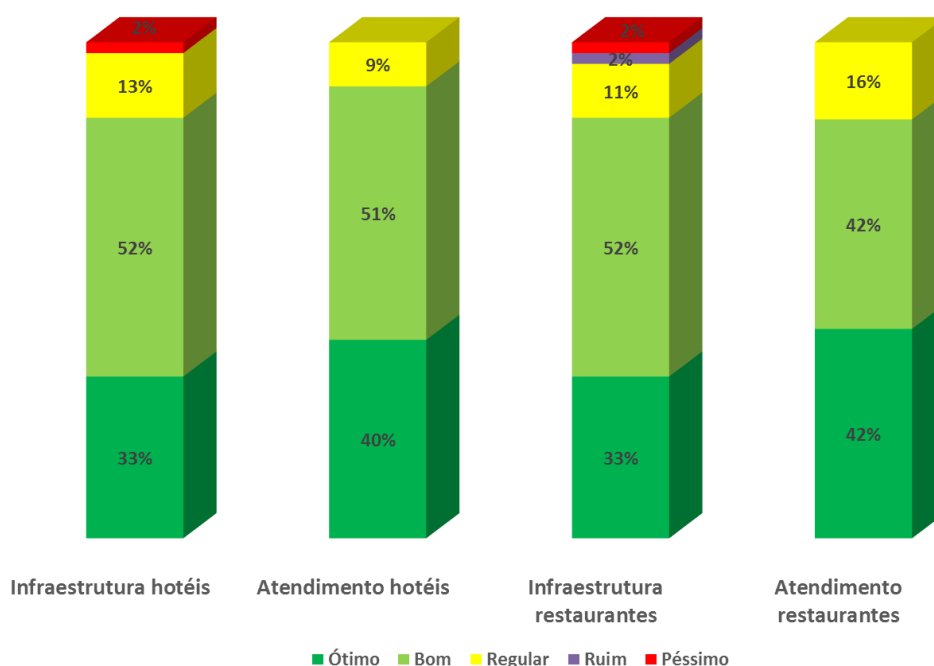
Gráfico 10 – Qualificação das instalações e serviços



# **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. A taxa de utilização destes equipamentos foi bem baixa, dada a natureza do evento onde a mediana do tempo de permanência foi igual a um dia, ou seja, as pessoas não permaneceram muito tempo no município. Desta forma, o consumo destes serviços foi prejudicado.

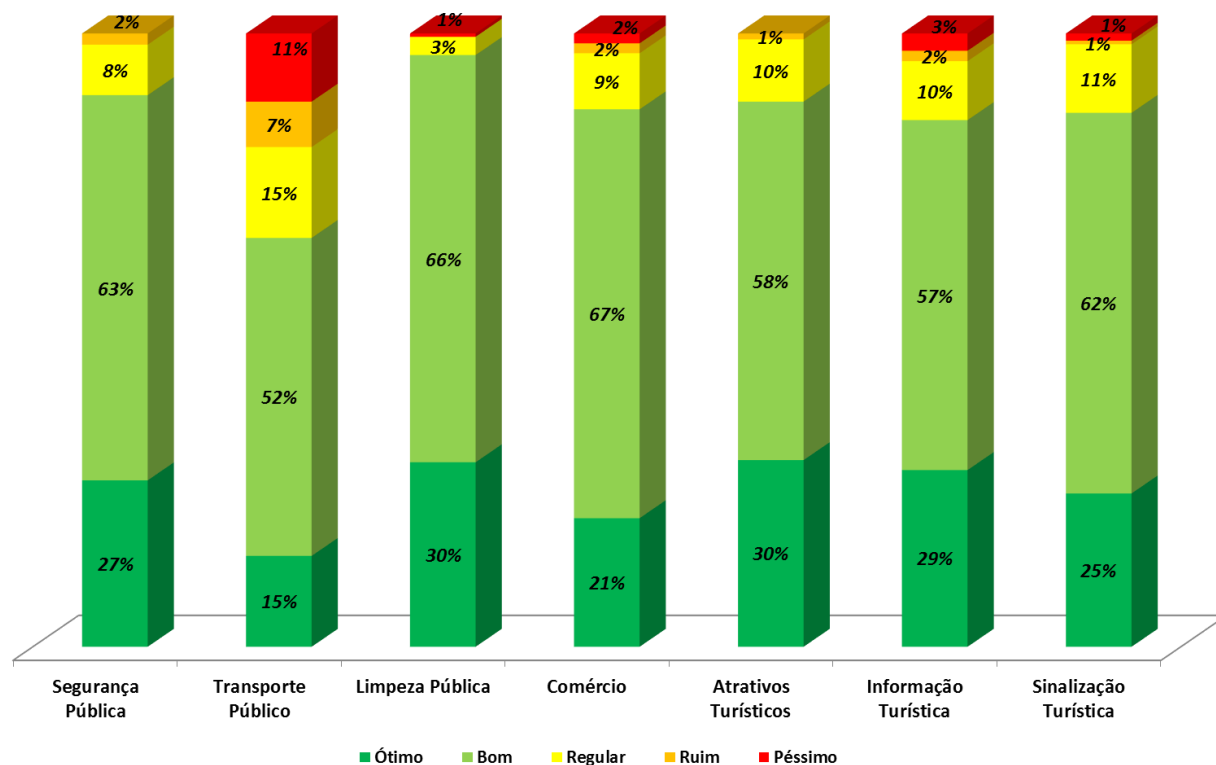


## **O DESTINO**



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.

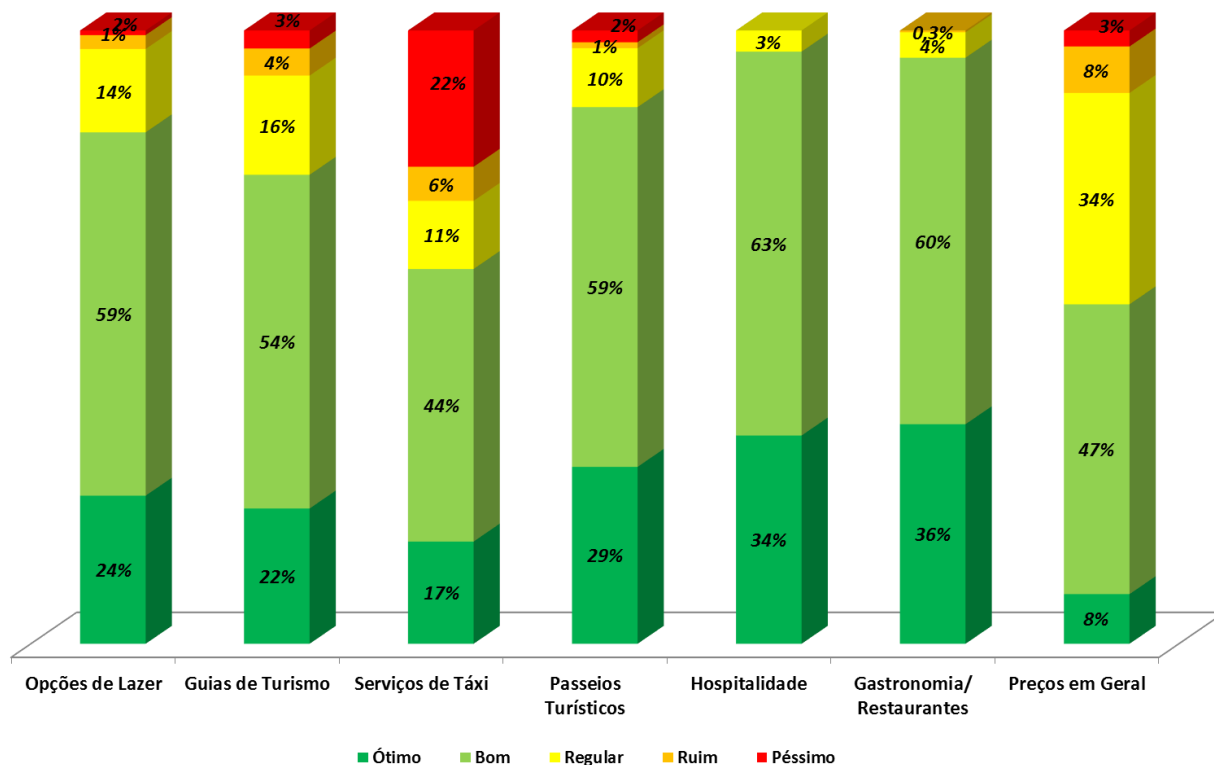
Gráfico 12 – Qualificação da infraestrutura oferecida



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.

Os destaques negativos da avaliação foram: os transportes públicos, os serviços de táxi e os preços praticados.

Gráfico 13 – Qualificação dos atrativos presentes



Nas tabelas 5.1 e 5.2 estão indicadas as justificativas para as notas “ruim” e “péssimo” informadas nas avaliações destes itens (gráficos 12 e 13).

Tabela 5.1 – Motivos para as avaliações “ruim” e “péssimo”.

Segurança Pública	Citações
Não viu policiamento	5
Pouco policiamento	1

Transporte público	Citações
Não tem	4
Demorado	1

Limpeza Pública/atrativos	Citações
Muito sujo	2

Comércio	Citações
Tudo fechado	4
Sem opção	2

**Tabela 5.2 – Motivos para as avaliações “ruim” e “péssimo”.**

<b>Atrativos turísticos</b>	<b>Citações</b>
Não tem opções de lazer	2

<b>Informação turística</b>	<b>Citações</b>
Sem sinalização	5
Não tem placa	2
Pouca divulgação	1

<b>Sinalização turística</b>	<b>Citações</b>
Não tem	6

<b>Opções de lazer</b>	<b>Citações</b>
Não tem	6
Limitado a festa	1
Não viu	1

<b>Guias de turismo</b>	<b>Citações</b>
Não tem	2
Não vi	2
Nunca viu	1

<b>Serviço de táxi</b>	<b>Citações</b>
Não viu	3
Não tem	1
Pouca opção	1

<b>Passeios turísticos</b>	<b>Citações</b>
Não tem	2
Falta	1

<b>Gastronomia / restaurantes</b>	<b>Citações</b>
Comida ruim	1

<b>Preços em geral</b>	<b>Citações</b>
Caro	26
Muito caro	12
Salgado caro	1

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

**Tabela 6 – Atividades realizadas no destino**

<b>ATIVIDADES</b>	<b>FREQUÊNCIA</b>	<b>%</b>
Assistiu eventos	226	89%
Participou de festas populares	199	78%
Conheceu pratos e comidas típicas	193	76%
Diversão noturna	51	20%
Visita a atrativos histórico-culturais	26	10%
City Tour	15	6%
Atividades na natureza	9	4%
Atividades em meio rural	5	2%
Frequentou praias/Cachoeiras	5	2%
Trabalhar	4	2%
Fez contatos profissionais	3	1%
Fez visita a parques temáticos	3	1%
Praticou esportes de aventura	3	1%

Já na tabela 7 estão indicados os principais equipamentos e serviços apontados como insuficientes pelos turistas e visitantes entrevistados durante o evento. Destacamos que 77% dos entrevistados afirmaram não ter sentido a falta de algo no destino.

**Tabela 7 – Equipamentos e serviços faltantes no destino**

<b>O QUE FALTOU</b>	<b>FREQUÊNCIA</b>	<b>%</b>
Infraestrutura para atender o	23	25%
Informações Turísticas	21	23%
Bancos /Caixas Eletrônicos	18	20%
Opções de Lazer	17	18%
Telefonia	10	11%
Segurança	10	11%
Bons Hotéis	10	11%
Transporte Público	3	3%
Bons Restaurantes	2	2%
Água	2	2%
Assistência Médico- Hospitalar	1	1%

# **GASTO MÉDIO**

A tabela 8 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 8 – Gastos realizados durante a visita

ITEM	GASTO			
	Mínimo	Máximo	Médio	Mediano
Deslocamento até o destino	R\$ 0,00	R\$ 2.000,00	R\$ 73,33	R\$ 50,00
Deslocamento interno (dentro do	R\$ 0,00	R\$ 522,00	R\$ 12,31	R\$ 0,00
Hospedagem	R\$ 0,00	R\$ 3.000,00	R\$ 60,70	R\$ 0,00
Alimentação	R\$ 0,00	R\$ 1.000,00	R\$ 113,33	R\$ 100,00
Atrativos e Passeios	R\$ 0,00	R\$ 500,00	R\$ 42,20	R\$ 20,00
Compras	R\$ 0,00	R\$ 1.900,00	R\$ 31,11	R\$ 0,00
Outros Gastos	R\$ 0,00	R\$ 400,00	R\$ 13,41	R\$ 0,00
Gasto Total	R\$ 0,00	R\$ 3.260,00	R\$ 268,79	R\$ 150,00
Gasto por dia de permanência	R\$ 0,00	R\$ 2.806,00	R\$ 177,64	R\$ 125,00
Gasto per capita	R\$ 0,00	R\$ 1.495,00	R\$ 134,52	R\$ 70,00
GMDI	R\$ 0,00	R\$ 701,50	R\$ 86,39	R\$ 60,00

Uma pergunta associada ao gasto médio era o número de pessoas englobadas neste desembolso. A resposta apresentou uma média de 2,5 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**

<b>CONTROLE</b>	
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) pernoitou/irá pernoitar 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<br>Agência/operadora | 2.2. ( ) Via Internet site de<br>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 (Venda Nova do Imigrante/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 (Venda Nova do Imigrante/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  
 (2) de R\$ 724,00 a R\$ 1.448,00; de 1 até 2 SM  
 (3) de R\$ 1.449,00 a R\$ 2.172,00; de 2 até 3 SM  
 (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\$ 10.860,00; de 10 a 15 SM  
 (8) Mais que R\$ 10.861,00; mais de 15 SM  
 (9) Não sabe  
 (10) Recusa.

---

**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*

