

SECRETARIA
DE TURISMO



RELATÓRIO ANALÍTICO: EVENTO JESUS VIDA VERÃO 2014

Relatório do levantamento realizado durante o evento Jesus Vida Verão, realizado no município de Vila Velha – ES, entre os dias 8 e 11 de janeiro de 2014



RELATÓRIO DA PESQUISA DE DEMANDA TURÍSTICA: EVENTO JESUS VIDA VERÃO

Cliente:

SECRETARIA DE ESTADO DE TURISMO DO ESPÍRITO SANTO

Empresa Responsável pela Pesquisa:

GMR INTELIGÊNCIA DE MERCADO LTDA

Data:

05/02/2014



Resumo

O presente relatório é a apresentação da pesquisa de demanda turística realizada durante o evento Jesus Vida Verão, no município de Vila Velha no Espírito Santo. A pesquisa foi realizada durante os dias 8, 9, 10 e 11 de janeiro 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 ouviu 346 pessoas.

SUMÁRIO

| | | |
|----|-------------------------------|----|
| 1 | CENÁRIO | 5 |
| 2 | OBJETIVOS DA PESQUISA | 7 |
| 3 | O CAMPO | 9 |
| 4 | POPULAÇÃO INVESTIGADA | 12 |
| 5 | METODOLOGIA | 14 |
| 6 | RESULTADOS DA PESQUISA | 15 |
| 7 | PERFIL DOS RESPONDENTES | 17 |
| 8 | A VIAGEM | 22 |
| 9 | O EVENTO | 30 |
| 10 | RESTAURANTES E HOTÉIS | 32 |
| 11 | O DESTINO | 34 |
| 12 | GASTO MÉDIO | 38 |
| 13 | QUESTIONÁRIO UTILIZADO | 45 |



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

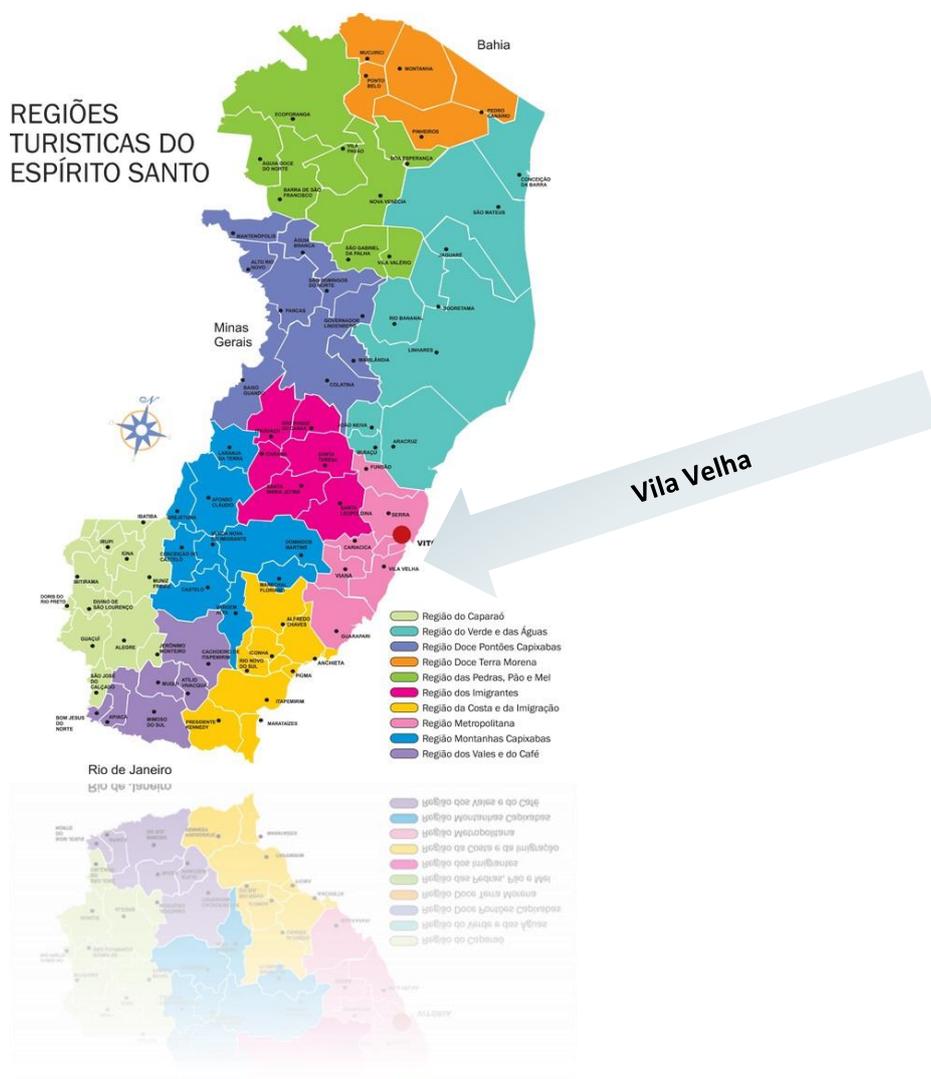


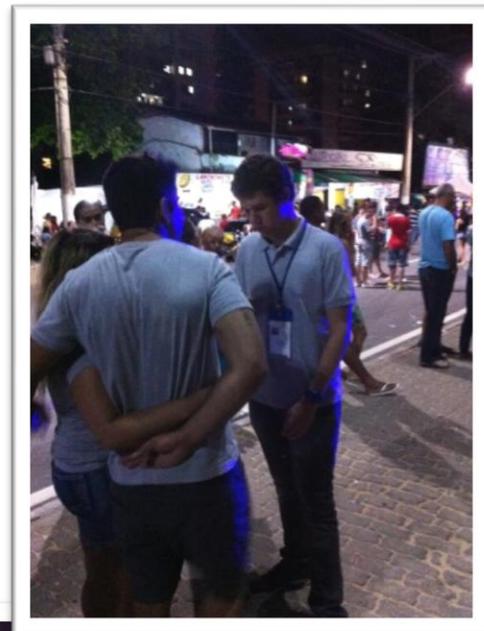
O CAMPO

O evento que ocorreu em Vila Velha (ES) demonstrou ser um evento local, com pouca expressão, no que tange a atração de turista, seja do próprio estado ou de outras regiões.

As estimativas de público divulgadas não encontra amparo em nossa avaliação. Percebemos um baixo fluxo de turistas e visitantes durante os quatro dias de evento.

Em contagem realizada pela equipe estimamos que 71% dos frequentadores do evento eram moradores de Vila Velha.





Fotos do Evento

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 as seguintes datas de 08/01/2014 a 11/01/2014.

Para este público foi estimado um tamanho amostral que compreendeu a realização de 346 entrevistas. A margem de erro amostral para este público ficou em 5,3%, considerando um $p=50\%$ e o coeficiente de confiança (*alfa*) =95%. Para fazer o cálculo do erro amostral utilizamos a fórmula a seguir:

$$n = 0,25 * \left(\frac{1,96}{d} \right)^2$$

, Onde d = erro amostral.

RESULTADOS DA PESQUISA

PERFIL DOS RESPONDENTES

Durante a realização do evento a equipe de pesquisadores da GMR Inteligência de Mercado abordou os expectadores do evento Jesus Vida Verão, 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 em Vila Velha eram prontamente descartados e o pesquisador partia para uma nova abordagem. Caso o entrevistado informasse que não tinha o município de Vila Velha como sua residência permanente a entrevista continuava.

A primeira pergunta efetiva era sobre a duração de sua estada no destino. Assim, a amostra abordada se dividia entre 55% de turistas e 45% de visitantes. Essa classificação já demonstra o caráter regional do evento em questão.

Em relação ao gênero tivemos uma distribuição com 54% dos respondentes masculinos e 46% do gênero feminino.

Em relação ao estado civil o maior percentual era de solteiros, com 26%. Logo em seguida tínhamos os viúvos, com 25%. Separados, casados e em união estável completavam o perfil da amostra com: 20%, 11% e 8%, respectivamente.

O perfil da amostra apontava para um respondente jovem com 31,76 anos, em média, de idade e com uma mediana de 28 anos.

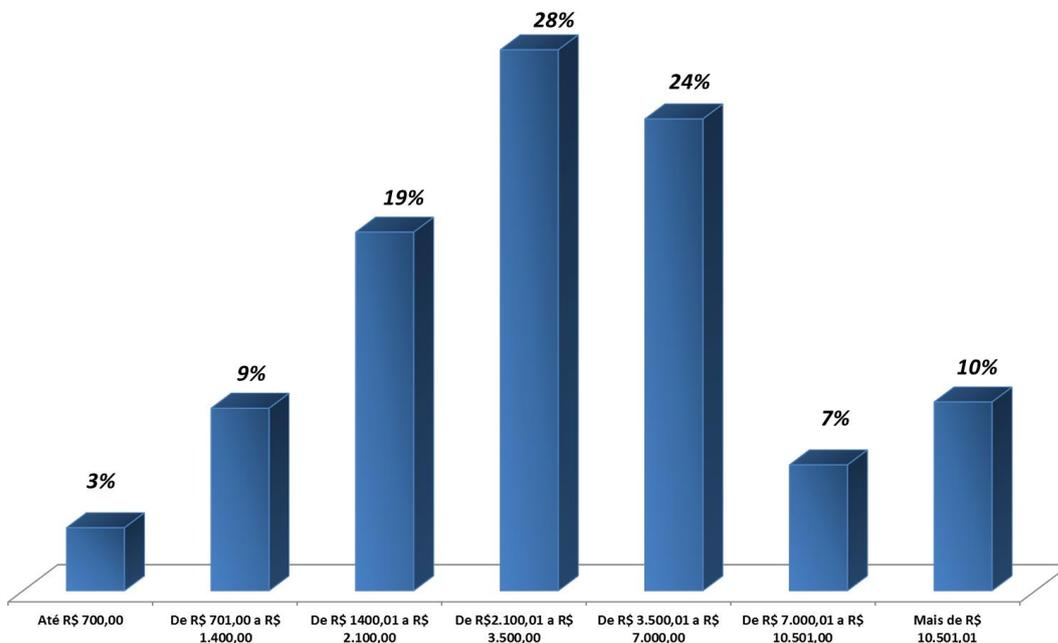
Em termos de instrução tínhamos 44% da amostra com o nível superior ou pós-graduação (2%), completos ou em curso. 47% Da amostra possuía o ensino médio e 9% afirmaram possuir somente o ensino fundamental.

Em relação a renda familiar tivemos uma taxa de não-resposta (recusa) de 11%. Este é um valor considerado baixo para questões desta natureza em procedimentos de pesquisa semelhante. 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 na faixa compreendida entre R\$ 2.100,00 e R\$ 7.000,00, totalizando 52% das respostas. 10% Das respostas se concentraram na maior faixa, ou seja, acima de R\$ 10.500,00 de renda familiar.

Em relação a procedência do entrevistado, tivemos 5% de respondentes afirmando ter residência permanente em um país estrangeiro. A relação dos países está na tabela 1.

Tabela 1 – Origem dos turistas estrangeiros abordados

| País | Frequência | % |
|----------------|------------|-----|
| Italia | 3 | 18% |
| Portugal | 3 | 18% |
| Alemanha | 3 | 18% |
| Argentina | 2 | 12% |
| Uruguai | 2 | 12% |
| Inglaterra | 2 | 12% |
| Estados Unidos | 1 | 6% |
| Espanha | 1 | 6% |

Em nossa análise percebemos que os estrangeiros presentes estavam no destino por outro motivo que não o evento em questão. Eles tinham vindo por questões de turismo ao Espírito Santo de forma geral, visita a parentes e trabalho.

Por seu turno, os 95% de turistas nacionais eram em sua maioria – 90% - procedentes da região Sudeste. A tabela 2 apresenta a distribuição detalhada de sua origem.

Tabela 2 - Origem dos turistas nacionais abordados

| Estado | Frequência | % |
|---------------------|------------|------|
| Espírito Santo | 174 | 53% |
| Rio de Janeiro | 47 | 14% |
| Minas Gerais | 45 | 14% |
| São Paulo | 30 | 9% |
| Bahia | 9 | 3% |
| Distrito Federal | 6 | 2% |
| Goiás | 3 | 1% |
| Rondonia | 3 | 1% |
| Amazonas | 2 | 1% |
| Mato Grosso | 2 | 1% |
| Paraná | 2 | 1% |
| Alagoas | 1 | 0,3% |
| Ceará | 1 | 0,3% |
| Maranhão | 1 | 0,3% |
| Mato Grosso do Sul | 1 | 0,3% |
| Rio Grande do Norte | 1 | 0,3% |
| Santa Catarina | 1 | 0,3% |



Como afirmado anteriormente, esse era um evento notadamente de cunho regional, atraindo em sua maioria capixabas, de outros municípios.

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

| MUNICÍPIO DO ES | CITAÇÕES | % |
|-------------------------|-----------------|----------|
| Aracruz | 20 | 11% |
| Guarapari | 19 | 11% |
| Linhares | 19 | 11% |
| Serra | 12 | 7% |
| Colatina | 11 | 6% |
| Marataízes | 11 | 6% |
| Cariacica | 10 | 6% |
| Cachoeiro de Itapemirim | 9 | 5% |
| Domingos Martins | 9 | 5% |
| Santa Leopoldina | 8 | 5% |
| Jerônimo Monteiro | 5 | 3% |
| Santa Teresa | 5 | 3% |
| Afonso Cláudio | 4 | 2% |
| Itarana | 4 | 2% |
| João Neiva | 3 | 2% |
| Viana | 3 | 2% |
| Vitória | 3 | 2% |
| Baixo Guandu | 2 | 1% |
| Ibiraçu | 2 | 1% |
| Itaguaçu | 2 | 1% |
| Marechal Floriano | 2 | 1% |
| Montanha | 2 | 1% |
| Alegre | 1 | 1% |
| Castelo | 1 | 1% |
| Ibatiba | 1 | 1% |
| Marilândia | 1 | 1% |
| Pedro Canário | 1 | 1% |
| Piúma | 1 | 1% |
| Santa Maria de Jetibá | 1 | 1% |
| São Gabriel da Palha | 1 | 1% |
| São Mateus | 1 | 1% |

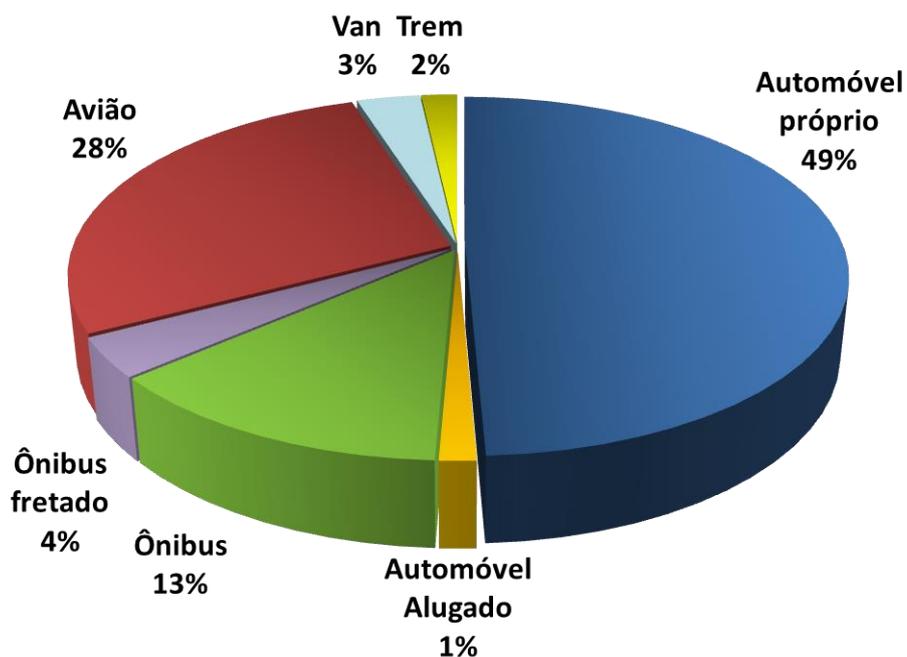


A VIAGEM

Um dos blocos de investigação de nossa pesquisa versou sobre as condições e a forma em que a viagem foi realizada.

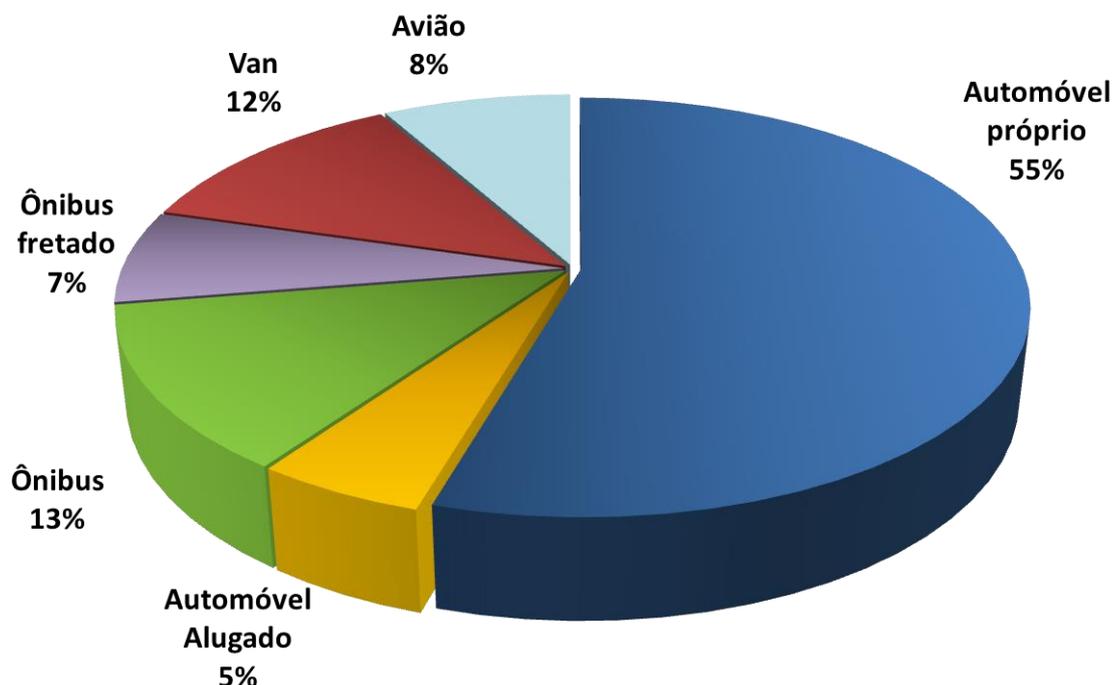
Segundo os entrevistados, e coerente com a sua procedência (local permanente de sua residência), 49% realizou a sua viagem ao Espírito Santo utilizando veículo próprio. O detalhamento dos modais, para chegada ao estado e a cidade destino, estão a seguir nos gráficos 2 e 3.

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



O segundo modal utilizado foi o avião (28%) seguido do ônibus (13%). O gráfico 3 descreve a forma que o entrevistado utilizou para chegar ao município destino. No gráfico 3 temos um padrão de resposta semelhante ao gráfico 2. Isto pode ser explicado pela dificuldade de discernimento entre o município destino e a capital, local onde estão localizadas as, principais, portas de entrada para aqueles que utilizam os modais avião e ônibus.

Gráfico 3 – Meio de Transporte para chegar ao Destino.

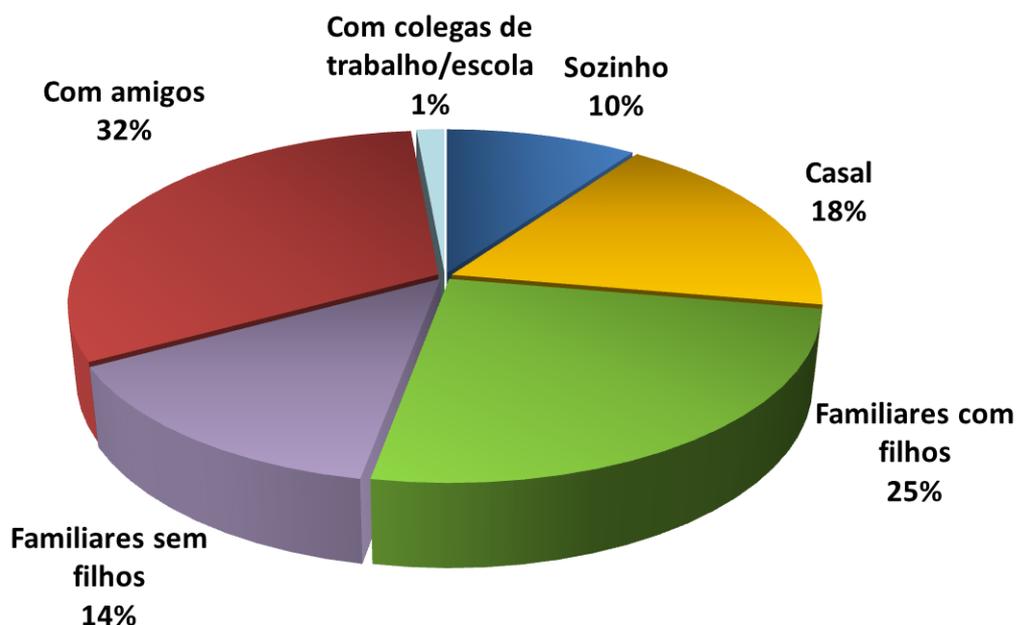


Por ser um evento festivo era esperado obter um padrão de respostas como o apontado no gráfico 4 para a pergunta sobre “com quem foi feita a viagem”. Somente 10% afirmaram estar viajando sozinho.

A viagem com amigos e colegas totalizou 33% das respostas. A companhia de pelo menos um familiar ou companheiro totalizou 57% de todas as respostas obtidas.

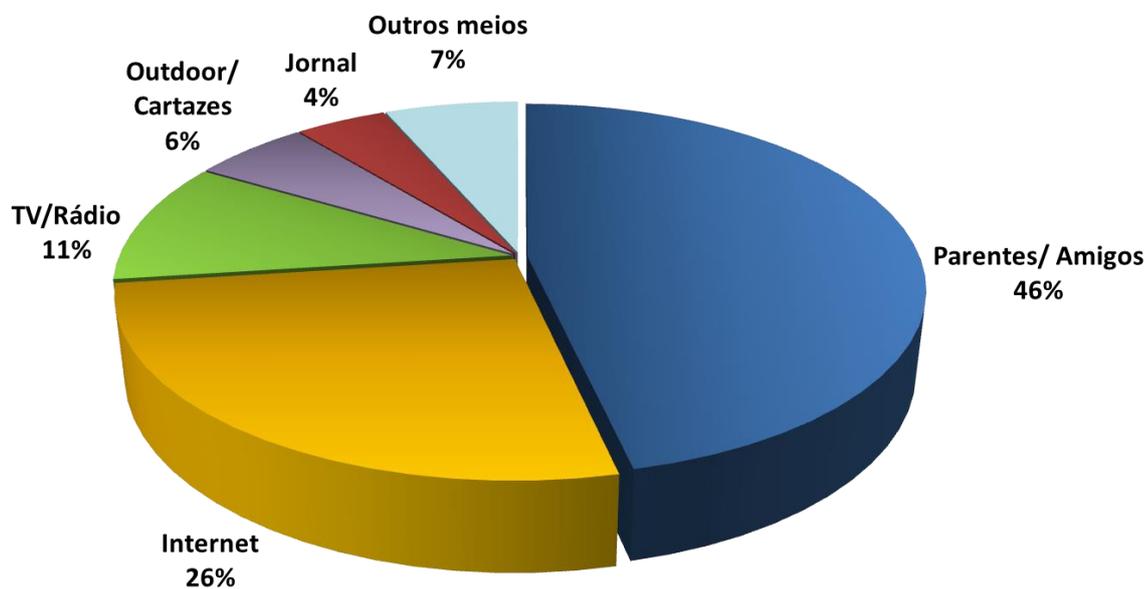
Em média, para os casos que responderam estar viajando acompanhado, o número de acompanhantes era 5,78 pessoas. A mediana obtida para esta variável foi 4 de pessoas. Isto significa que metade dos respondentes, que viajaram acompanhados, estavam em um grupo de mais de 5 pessoas.

Gráfico 4 – Viajando com quem?



O gráfico 5 apresenta os meios nos quais os entrevistados receberam as informações sobre o evento Jesus Vida Verão.

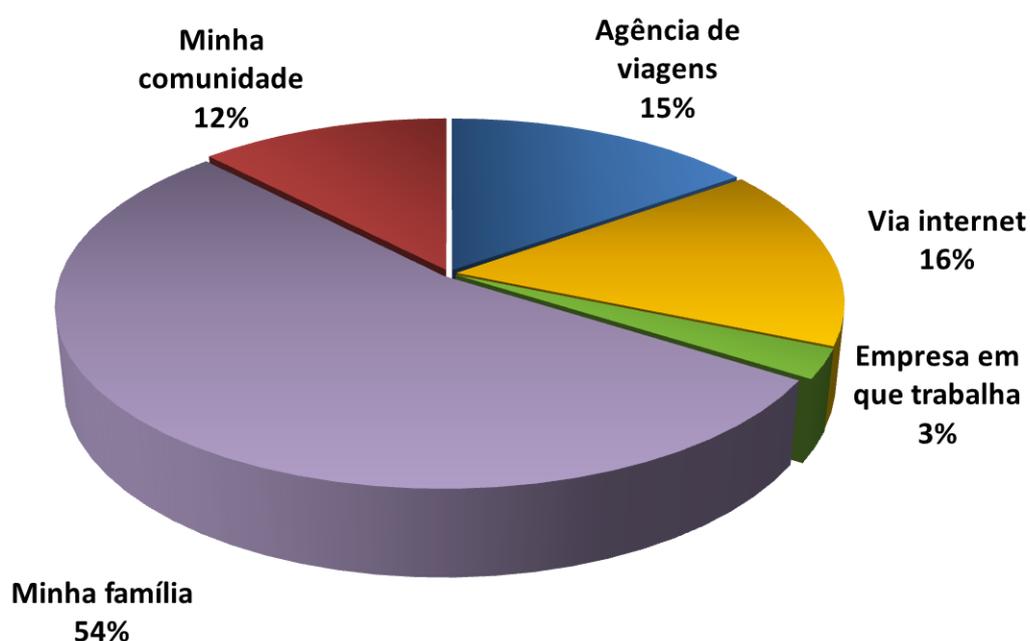
Gráfico 5 – Meio pelo qual tomou conhecimento do evento?



A divulgação boca-a-boca, via parentes e amigos, se constituiu no principal meio de tomada de conhecimento deste evento. Em segundo lugar, ficou a Internet. A destacar que o Jornal impresso contou com, somente, 4% das respostas oferecidas. Os 7% que afirmaram ter tomado conhecimento via “outros meios” não soube especificar qual foi a forma.

A viagem não contou com um planejamento profissional para a maior parte dos entrevistados. Somente 15% das pessoas abordadas afirmaram ter utilizado a mediação de uma Agência de Viagens para tal. 3% Dos entrevistados respondeu que a “empresa em que trabalha” foi a responsável pela organização. Esse segundo grupo de respondentes pode ser classificado como um turista eventual. Ou seja, não foi ao destino por desejo próprio. 54% Dos respondentes afirmaram que a sua Família foi a responsável pelo planejamento. O gráfico 6 apresenta todas as respostas obtidas nesta questão.

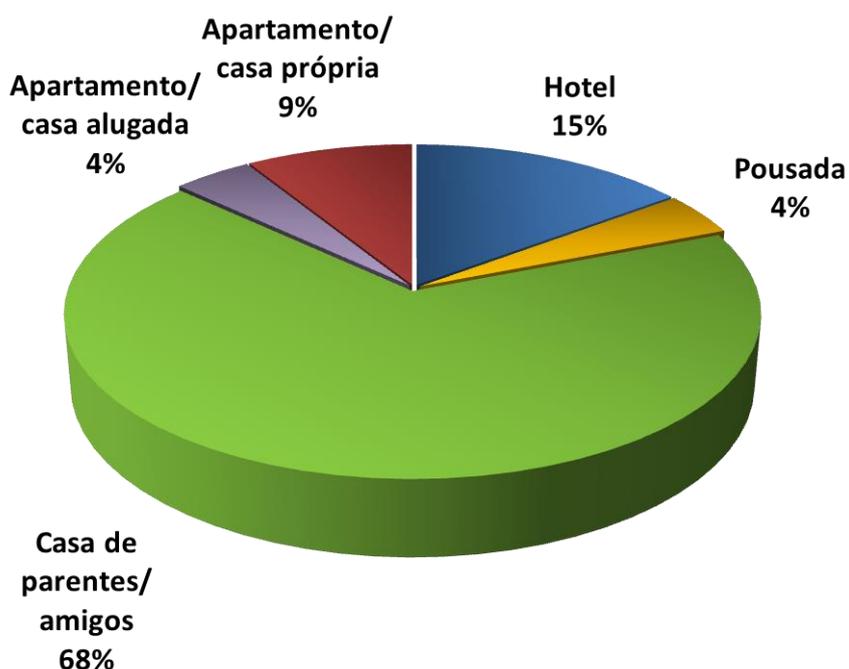
Gráfico 6 – Responsável pela organização da viagem



Podemos inferir que o impacto do evento para o *trade* turístico foi baixa uma vez que somente 19% dos respondentes afirmaram ter se hospedado em Hotel ou Pousada.

Foi questionado aos respondentes, que afirmaram não ter se hospedado em hotel ou pousada, o motivo para sua decisão. A resposta mais frequente foi que possuíam disponibilidade de casa de amigos parentes (74%). 24% Afirmaram que devido aos custos, preferiram não ficar hospedados em hotel/pousada. Por fim, 2% afirmaram não ter se hospedado por não ter achado uma vaga em um hotel/pousada desejado.

Gráfico 7 – Local de hospedagem

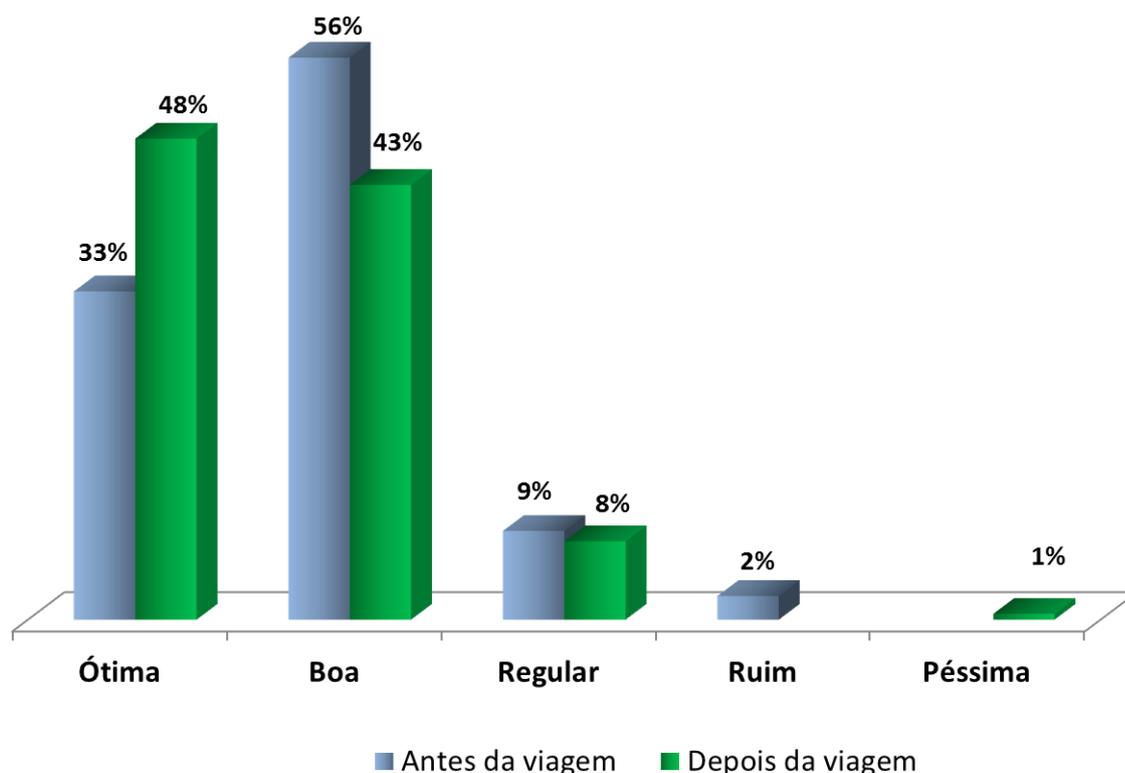


Ainda em relação a viagem, 58% dos entrevistados afirmaram estar retornando ao mesmo evento e somente 21% estava fazendo a sua primeira viagem ao destino, a cidade de Vila Velha.

O fato de o evento ser realizado no município de Vila Velha foi apontado como importante – influenciou a viagem – por 50% dos entrevistados. Para 35% o fato de o evento ter sido realizado na cidade não teve nenhum impacto. Por fim, 15% afirmaram que o local do evento teve uma pequena influência na sua decisão de participar.

O evento causou um 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. A variação foi pequena, pois tínhamos uma avaliação de 89% de ótimo+bom antes do evento. Durante a pesquisa esse número variou para 91%.

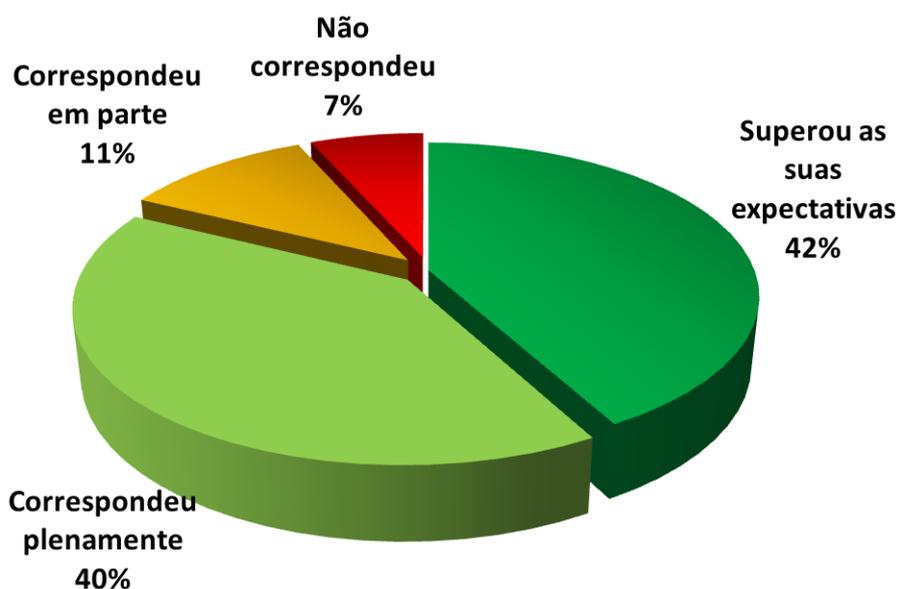
Gráfico 8 – Qual a imagem do destino



Já em relação as expectativas podemos afirmar que não houve um impacto muito forte. Somente 42% dos entrevistados afirmaram que a viagem

superou as suas expectativas. 40% afirmam que atendeu as suas expectativas e 7% afirma não ter tido as suas expectativas atendidas.

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:

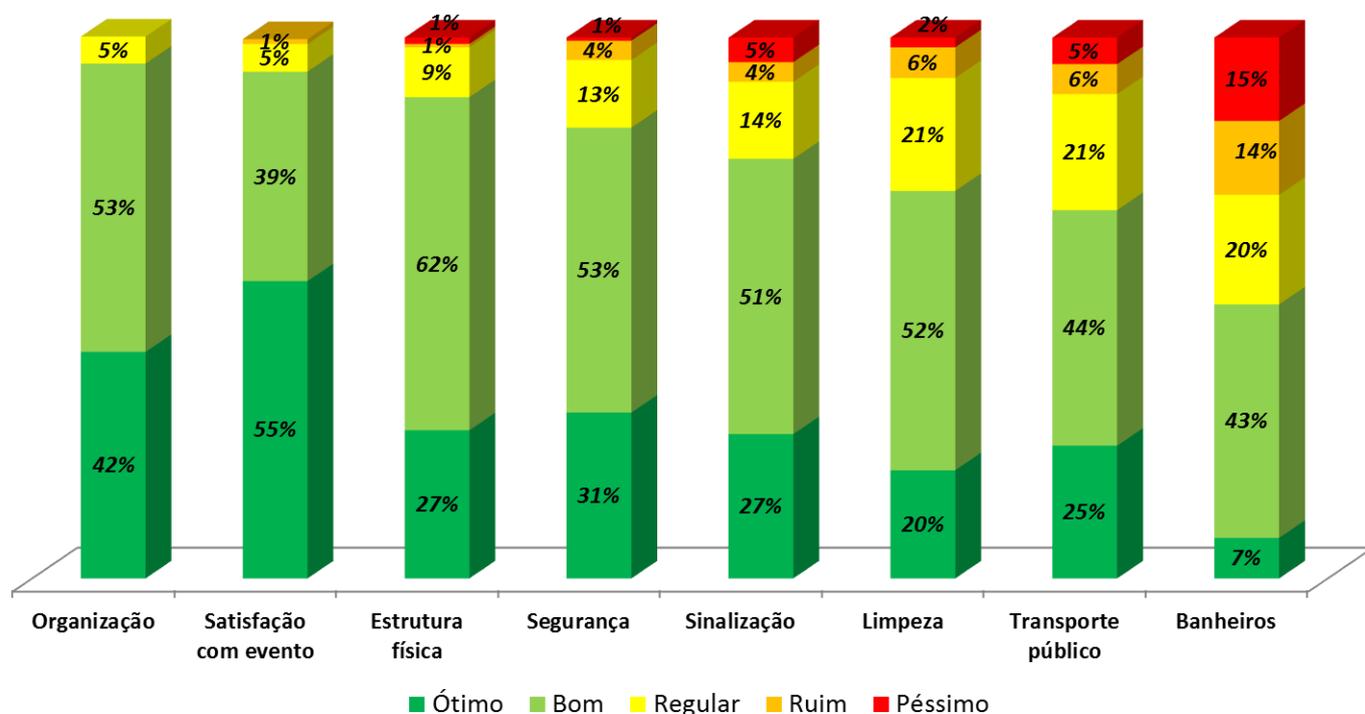
- 93% afirmaram pretender voltar ao evento em 2015
- 96% afirmaram recomendar o evento para familiares e amigos
- 96% afirmaram pretender retornar a Vila Velha.



O EVENTO

A seguir apresentamos a avaliação da estrutura do evento Jesus vida Verão 2014, realizado no município de Vila Velha. Os itens estão organizados de forma decrescente em relação a sua avaliação (ótimo + bom). Assim temos como elementos críticos os banheiros, o transporte público e a limpeza. Estes ranqueando como os três elementos de pior avaliação. Em contraposição temos três questões diretamente referentes ao evento como bem avaliadas, a saber: organização, estrutura e a segurança.

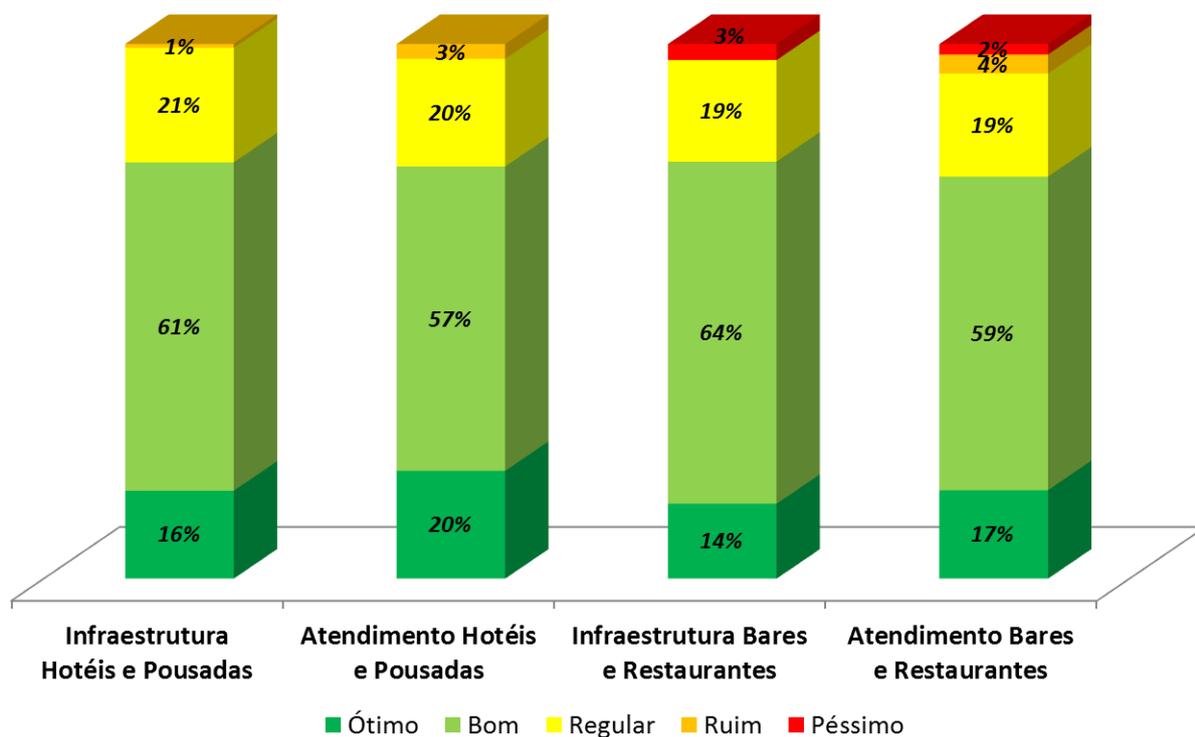
Gráfico 10 – Qualificação das instalações e serviços



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



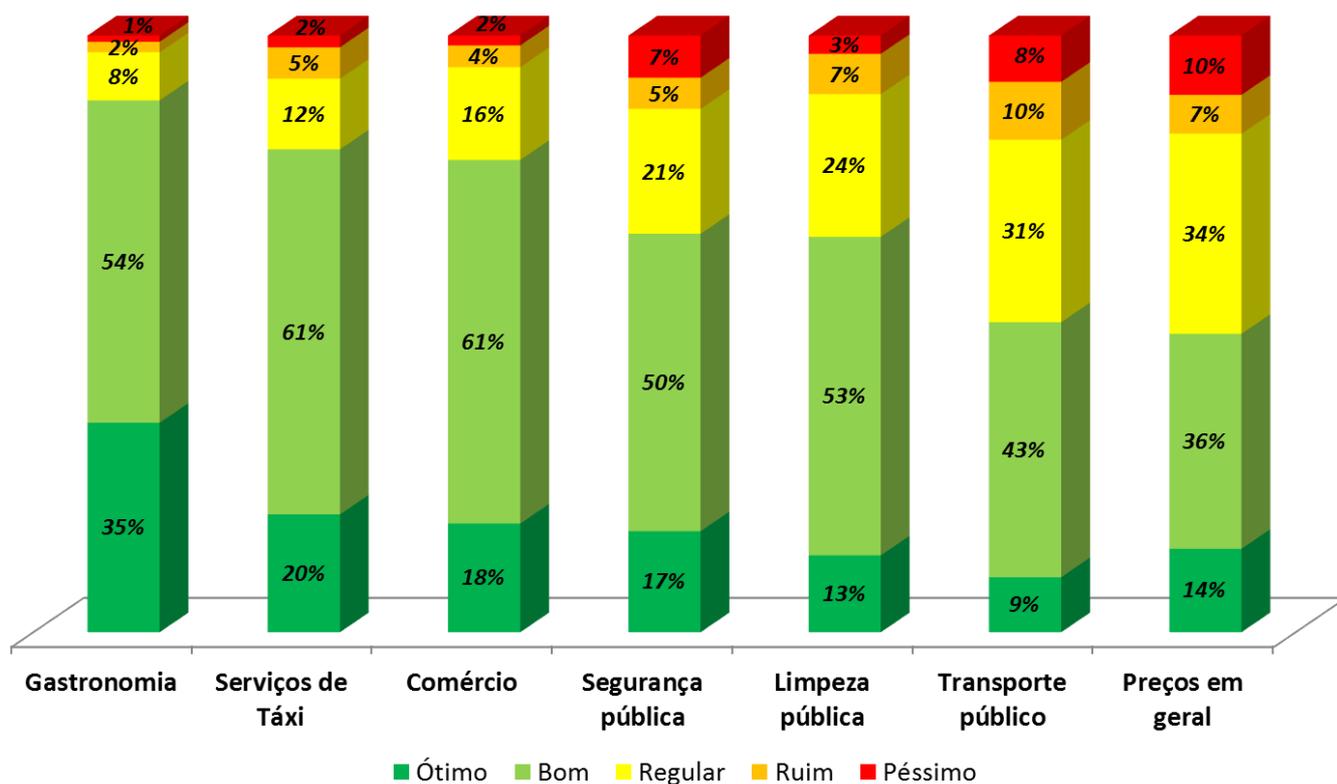
A análise dos resultados obtidos e exibidos no gráfico acima nos permite concluir que os meios de hospedagem e os restaurantes tiveram uma avaliação, positiva, e semelhante por parte de seus hóspedes e frequentadores.



O DESTINO

Em relação ao destino foram feitos questionamentos a respeito da infraestrutura a disposição do munícipe, do visitante e do turista. O gráfico 12, abaixo, fornece a avaliação realizada pelos entrevistados: visitantes e turistas presentes ao evento em questão.

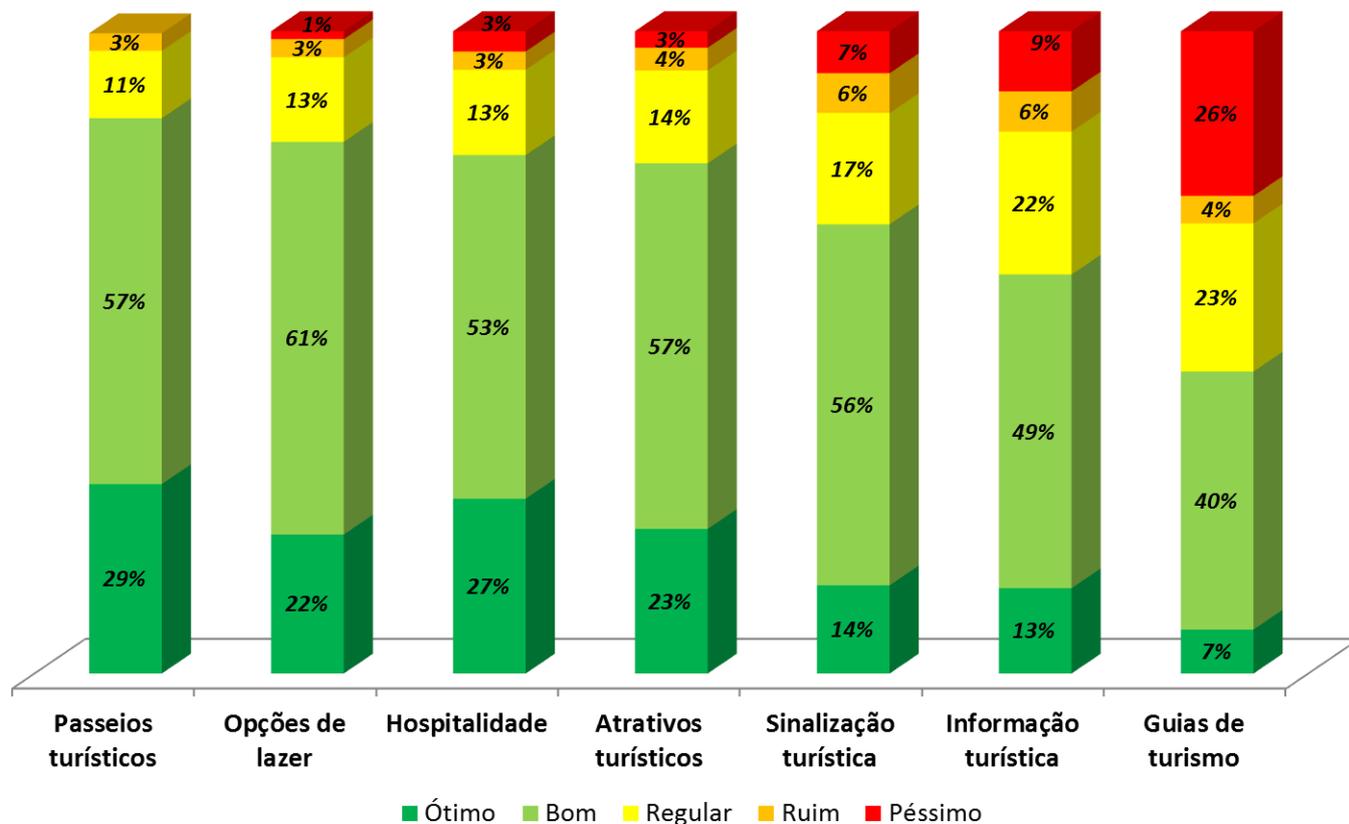
Gráfico 12 – Qualificação da infraestrutura oferecida



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.

O gráfico 13, a seguir, apresenta a avaliação dos atrativos presentes no destino. A destacar que as suas avaliações são superiores as da infraestrutura do município.

Gráfico 13 – Qualificação dos atrativos presentes



A tabela 4 descreve as principais atividades desenvolvidas no destino por parte dos entrevistados. Além do evento, propriamente avaliado, a ida a praia se constituiu no principal atividade realizada no município de Vila Velha, conhecido por suas belas e atrativas praias.

Já na tabela 5 estão indicados os principais equipamentos e serviços apontados como insuficiente pelos turistas e visitantes entrevistados durante o evento. Destacamos em terceiro, quarto e quinto lugares fatores diretamente ligado a atividade turística, a saber: opções de lazer, infraestrutura para atendimento do turista e informações turísticas.

Tabela 4 – Atividades realizadas no destino

| ATIVIDADE | CITAÇÕES | % |
|--|----------|------|
| Assistiu eventos | 233 | 30% |
| Frequentou praias/Cachoeiras | 174 | 23% |
| City Tour | 135 | 17% |
| Nenhum - vim somente a este evento | 49 | 6% |
| Diversão noturna (bares/restaurantes/boates) | 47 | 6% |
| Conheceu pratos e comidas típicas | 40 | 5% |
| Visita a atrativos histórico-culturais | 28 | 4% |
| Atividades na natureza | 19 | 2% |
| Fez visita a parques temáticos | 18 | 2% |
| Participou de festas populares | 9 | 1% |
| Praticou esportes recreativos | 8 | 1% |
| Fez contatos profissionais | 5 | 1% |
| Praticou esportes de aventura | 5 | 1% |
| Atividades em meio rural | 2 | 0,3% |

Tabela 5 – Equipamentos e serviços faltantes no destino

| ITEM | CITAÇÕES | % |
|---------------------------------------|----------|-----|
| Segurança | 94 | 24% |
| Bancos /Caixas Eletrônicos | 56 | 14% |
| Opções de Lazer | 50 | 13% |
| Assistência Médico - Hospitalar | 44 | 11% |
| Infraestrutura para atender o turista | 41 | 10% |
| Informações Turísticas | 30 | 8% |
| Bons Restaurantes | 18 | 5% |
| Bons Hotéis | 14 | 4% |
| Transporte Público | 14 | 4% |
| Telefonia | 12 | 3% |
| Água | 11 | 3% |
| Energia | 10 | 3% |
| Opções de Lazer | 5 | 1% |

GASTO MÉDIO

A tabela 6 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 6 – Gastos realizados durante a visita

| ITEM | GASTO | | | |
|--|----------|--------------|------------|------------|
| | Mínimo | Máximo | Médio | Mediano |
| Deslocamento interno (dentro do município) | R\$ 0,00 | R\$ 900,00 | R\$ 129,03 | R\$ 50,00 |
| Hospedagem | R\$ 0,00 | R\$ 3.300,00 | R\$ 79,41 | R\$ 0,00 |
| Alimentação | R\$ 0,00 | R\$ 2.000,00 | R\$ 101,19 | R\$ 12,00 |
| Atrativos e Passeios | R\$ 0,00 | R\$ 2.000,00 | R\$ 54,71 | R\$ 0,00 |
| Compras | R\$ 0,00 | R\$ 2.000,00 | R\$ 77,23 | R\$ 0,00 |
| Outros Gastos | R\$ 0,00 | R\$ 6.000,00 | R\$ 44,83 | R\$ 0,00 |
| Gasto Total | R\$ 0,00 | R\$ 7.810,00 | R\$ 493,04 | R\$ 180,00 |
| Gasto por dia de permanência | R\$ 0,00 | R\$ 1.115,71 | R\$ 108,65 | R\$ 47,00 |
| Gasto per capita | R\$ 0,00 | R\$ 3.905,00 | R\$ 233,34 | R\$ 90,00 |

QUESTIONÁRIO UTILIZADO

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 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): | | | | | | |

3.5. 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?

- Água / energia / telefonia Bancos/caixas eletrônicos Assistência médico-hospitalar
 Bons hotéis Bons restaurantes Informações turísticas
 Infraestrutura para atender o turista. Qual? _____ Opções de lazer. Qual? _____ Segurança
 Transporte público NS / NA 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)

- Até R\$ 700,00 De R\$ 3.500,01 a R\$ 5.600,00
 De R\$ 700,01 a R\$ 1.400,00 De R\$ 5.600,01 a R\$ 7.000,00
 De R\$ 1.400,01 a R\$ 2.100,00 De R\$ 7.000,01 a R\$ 10.500,01
 De R\$ 2.100,01 a R\$ 3.500,00 Mais de R\$ 10.500,01
 NS / NA

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

4.5. Estado Civil

- Casado Solteiro Separado
 Divorciado Viúvo União Estável

4.6. Escolaridade

- Fundamental Superior Doutorado
 Médio Mestrado



gMR
Inteligência & Pesquisa
+55 (21) 3500-7617
Rua Dr. Nilo Peçanha, nº 80 |
Ingá - Niterói - RJ | Cep:24.210-480
gmrpesquisa.com.br