

RELATÓRIO ANALÍTICO: PESQUISA DE DEMANDA TURÍSTICA MÉDIA TEMPORADA 2014

Relatório do levantamento entre os dias 18 e 24 de
junho de 2014

***RELATÓRIO DA PESQUISA DE DEMANDA TURÍSTICA:
MÉDIA TEMPORADA 2014***

Cliente:

SECRETARIA DE ESTADO DE TURISMO DO ESPÍRITO SANTO

Empresa Responsável pela Pesquisa:

GMR INTELIGÊNCIA DE MERCADO LTDA

Data:

05/08/2014

Resumo

O presente relatório é a descrição da pesquisa de demanda turística realizada durante o período classificado como "Média Temporada", em 22 municípios do Estado do Espírito Santo. A pesquisa foi realizada durante os dias 18, 19, 20, 21, 22, 23 e 24 de junho de 2014 pela GMR Inteligência de Mercado a pedido da Secretaria de Estado do Turismo do Espírito Santo.

A pesquisa teve como objetivo principal identificar o perfil dos turistas e visitantes do estado, a avaliação da estrutura dos destinos, bem como seu nível de satisfação em relação à utilização dos aparelhos turísticos de cada destino.

A pesquisa ainda realizou contagens nos portais de entrada e saída do estado.

Foram realizadas 2.734 entrevistas pessoais, presenciais.

SUMÁRIO

1	CENÁRIO.....	5
2	OBJETIVOS DA PESQUISA	7
3	O CAMPO.....	9
4	POPULAÇÃO INVESTIGADA.....	11
5	METODOLOGIA.....	13
6	RESULTADOS DA PESQUISA	17
7	PERFIL DOS RESPONDENTES	18
8	A VIAGEM.....	24
9	RESTAURANTES E HOTÉIS.....	35
10	O DESTINO.....	37
11	GASTO MÉDIO	46
12	CONTAGEM.....	48
13	QUESTIONÁRIO UTILIZADO.....	50
14	OCORRÊNCIAS DE CAMPO	57

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 de informações por parte do *trade* turístico e dos gestores públicos faz-se necessário 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.

OBJETIVOS DA PESQUISA

A seguir elencamos os objetivos, geral e específico da investigação que foi realizada junto aos visitantes e turistas.

Objetivo Geral

A pesquisa de demanda turística busca quantificar os turistas e identificar seu perfil, hábitos de consumo e a avaliação acerca dos destinos visitados no estado do Espírito Santo.

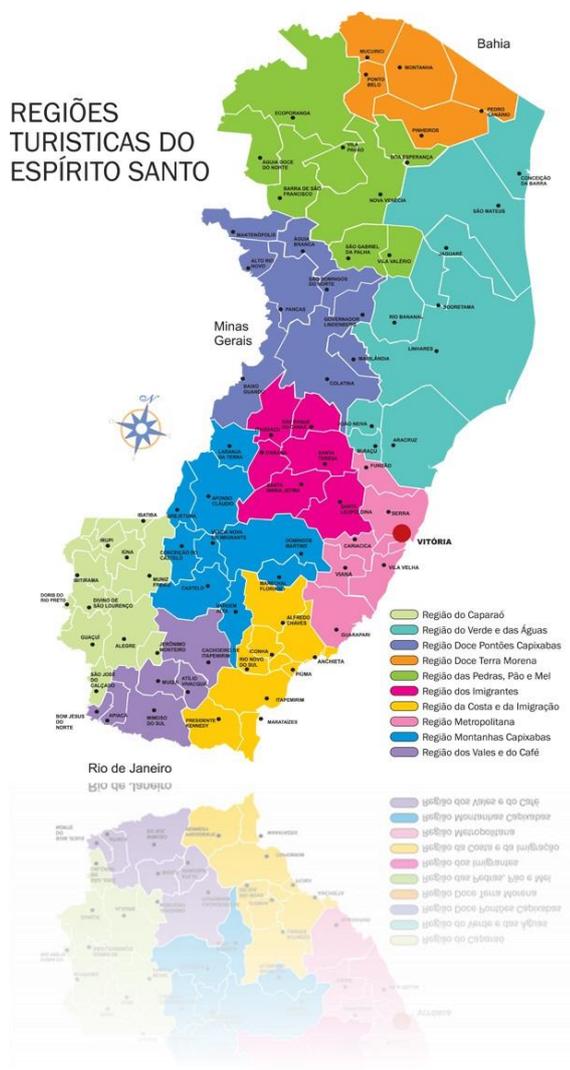
Objetivos Específicos

- 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.
- Avaliar a decisão de compra e utilização dos produtos turísticos.

O CAMPO

A pesquisa de demanda turística foi realizada em 22 municípios do Espírito Santo, de forma simultânea, durante os dias 18, 19, 20, 21, 22, 23 e 24 de junho de 2014. Foram realizadas entrevistas nos pontos turísticos desses municípios, em terminais rodoviários, na estação ferroviária, rodovias de entrada/saída do estado e também no aeroporto Eurico Salles em Vitória.

Nestes locais se procedeu a aplicação de questionário estruturado e contagem de fluxo de automóveis em sete pontos, a saber: São Mateus (BR 101 - Km 56), Safrá (BR 101 - Km 411), Itapemirim (ES 490- Posto 8 BTPM), Ibatiba (BR 262 - Km 159), Rodovia do Sol (ES 060- Km 13), Serra (BR 101 - Km 250) e no município de Aimorés no estado de Minas Gerais (BR 259 – 8º RPM).



POPULAÇÃO INVESTIGADA

Nas pesquisas de demanda turística são 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 efetue 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*). O questionário utilizado encontra-se ao final deste relatório, em capítulo próprio. Além disso, se promoveu a contagem dos veículos nas rodovias de entrada e saída do estado.

O período de realização das entrevistas – período de campo – compreendeu as seguintes datas de 18/06/2014 a 24/06/2014.

Na tabela (Tabela 1) apresentamos a distribuição das entrevistas entre os diferentes pontos de coleta.

Tabela 1 – Distribuição das entrevistas

LOCAL DA COLETA	FREQUÊNCIA
Aimorés Rodovia BR259	48
Anchieta Pontos Turísticos	100
Anchieta Terminal Rodoviário	28
Aracruz Pontos Turísticos	52
Cachoeiro de Itapemirim Terminal Rodoviário	36
Cariacica Estação Ferroviária	40
Conceição da Barra Pontos Turísticos	99
Conceição da Barra Terminal Rodoviário	36
Domingos Martins Pontos Turísticos	75
Domingos Martins Terminal Rodoviário	38
Dores do Rio Preto Pontos Turísticos	52
Fundão Pontos Turísticos	30
Guarapari Pontos Turísticos	203
Guarapari Terminal Rodoviário	37
Ibatiba Rodovia BR262	24
Itapemirim Rodovia BR101	60
Itapemirim Rodovia ES490	61
Linhares Pontos Turísticos	97
Marataízes Pontos Turísticos	51
Marataízes Terminal Rodoviário	33
Mucurici Pontos Turísticos	17
Piúma Terminal Rodoviário	32
Santa Teresa Pontos Turísticos	102
Santa Teresa Terminal Rodoviário	36
São Mateus Pontos Turísticos	99
São Mateus Rodovia BR101	61
São Mateus Terminal Rodoviário	38
Serra Pontos Turísticos	66
Serra Rodovia BR101	45
Serra Rodoviária	84
Venda Nova do Imigrante Pontos Turísticos	26
Vila Velha Pontos Turísticos	200
Vila Velha Rodovia ES060	54
Vila Velha Terminal Rodoviário	37
Vitória Aeroporto	410
Vitória Pontos Turísticos	188
Vitória Terminal Rodoviário	39
TOTAL	2.734

Na tabela anterior (Tabela 1) indicamos os municípios e os locais das entrevistas de forma sumarizada. Os pontos turísticos foram agrupados sob a denominação "Pontos Turísticos", para diferenciar dos terminais rodoviários, rodovias e aeroporto. Abaixo apresentamos, por município, a localização das coletas. Os locais onde foram realizadas as coletas estão especificados a seguir.

1. **Anchieta:** Iriri, Igreja e Museu Padre Anchieta e Ubu (Praia dos Castelhanos);
2. **Aracruz:** Santa Cruz, Barra do Sahy/Sauê e Praia dos Padres;
3. **Conceição da Barra:** Itaúnas, Praia de Riacho Doce e Praia da Barra;
4. **Domingos Martins:** Rua de Lazer (Rua João Batista Wenersbach); Praça Arthur Gerhart, Parque Estadual de Pedra Azul e Parque do China;
5. **Dores do Rio Preto:** Parque Nacional do Caparaó, Pedra Menina, Patrimônio da Penha;
6. **Fundão:** Praia Grande;
7. **Guarapari:** Praia do Morro, Meaípe, Praia de Setiba e Enseada Azul/Bacutia;
8. **Itapemirim:** Praia de Itaoca e Praia de Itaipava;
9. **Mucurici:** Balneário de Mucurici e Museu do Contestado;
10. **Santa Teresa:** Rua de Lazer e Museu de Biologia Professor Mello Leitão;
11. **São Mateus:** Praia de Guriri, Sítio Histórico do Porto de São Mateus e Praia de Barra Nova;
12. **Serra:** Lagoa Juara, Nova Almeida, Praia de Manguinhos, Igreja e Residência dos Reis Magos;
13. **Venda Nova do Imigrante:** Empreendimentos de agroturismo: Fazenda Carnieli, Fazendo Lorenzon e Fazenda Saúde;
14. **Vila Velha:** Barra do Jucu, Praia da Costa/Itapuã/Itaparica e Convento da Penha;
15. **Vitória:** Centro Histórico, Curva da Jurema/Ilha do Boi, Ilha das Caieiras e Paneleiras de Goiabeiras, Triângulo das Bermudas;
16. **Linhares:** Regência e Barra Seca;
17. **Maratáizes:** Lagoa do Siri e Praia do Centro.

A seguir, indicamos as rodovias onde ocorreram as contagens do fluxo de automóveis e abordagem de turistas.

- **BR – 101:**

 - Posto 2 (Norte), Km 56, no município de São Mateus;

 - Posto 2 (Sul), Km 411, no município de Itapemirim;

 - Posto 1 (Norte), Km 250, no município de Serra.

- **BR – 262:**

 - Posto 2, Km 159, no município de Ibatiba.

- **BR – 259:**

 - 6º Batalhão de Polícia Militar/8º RPM, no município de Aimorés/MG.

- **ES – 060:**

 - Posto 6, Km 13, no município de Vila Velha.

- **ES – 490:**

 - Posto 8, no município de Itapemirim.

RESULTADOS DA PESQUISA

PERFIL DOS RESPONDENTES

Durante a realização do evento, a equipe de pesquisadores da GMR Inteligência de Mercado, abordava os presentes nos locais pré-determinados para a coleta e aplicava o questionário aprovado, seguindo os padrões técnicos recomendados para esta coleta de dados (Padrão ESOMAR¹/ABEP²).

Procedimentos foram estabelecidos para se manter a aleatoriedade da amostra. Os pesquisadores começavam uma abordagem 10 minutos após o término da entrevista anterior. Procedimentos semelhantes foram adotados nas abordagens em locais fechados, tais como aeroporto, ferroviária e terminais rodoviários.

As pessoas eram abordadas e, em uma pergunta filtro, era perguntado sobre o seu local de moradia permanente. Caso respondessem que residiam no município da abordagem eram prontamente descartados e o pesquisador partia para uma nova abordagem. Além disso, era perguntado sobre o número de pernoites realizados no município da abordagem (a exceção foi feita para as abordagens nos terminais rodoviários, ferroviários e aeroportuários). A entrevista só foi realizada nos casos quando o respondente atendia aos critérios estabelecidos pelo filtro.

Em relação ao gênero tivemos uma distribuição com 57% dos respondentes masculinos e 43% do feminino.

Em relação ao estado civil, o maior percentual era de casados, com 53%. Logo em seguida tínhamos os solteiros, com 38%. Separados e viúvos completavam o perfil da amostra com: 6% e 3%, respectivamente.

O perfil da amostra apontava para um respondente maduro com 39,1 anos, em média, de idade e com uma mediana de 37 anos. Depreende-se dos números citados também uma homogeneidade no perfil, neste quesito.

Quanto ao nível de instrução informado, tínhamos 38% da amostra com o nível médio, 33% com ensino superior. 11% Informaram ser pós-graduados, 16% afirmaram só possuir o nível fundamental de ensino e o número de pessoas com formação técnica foi de 2%.

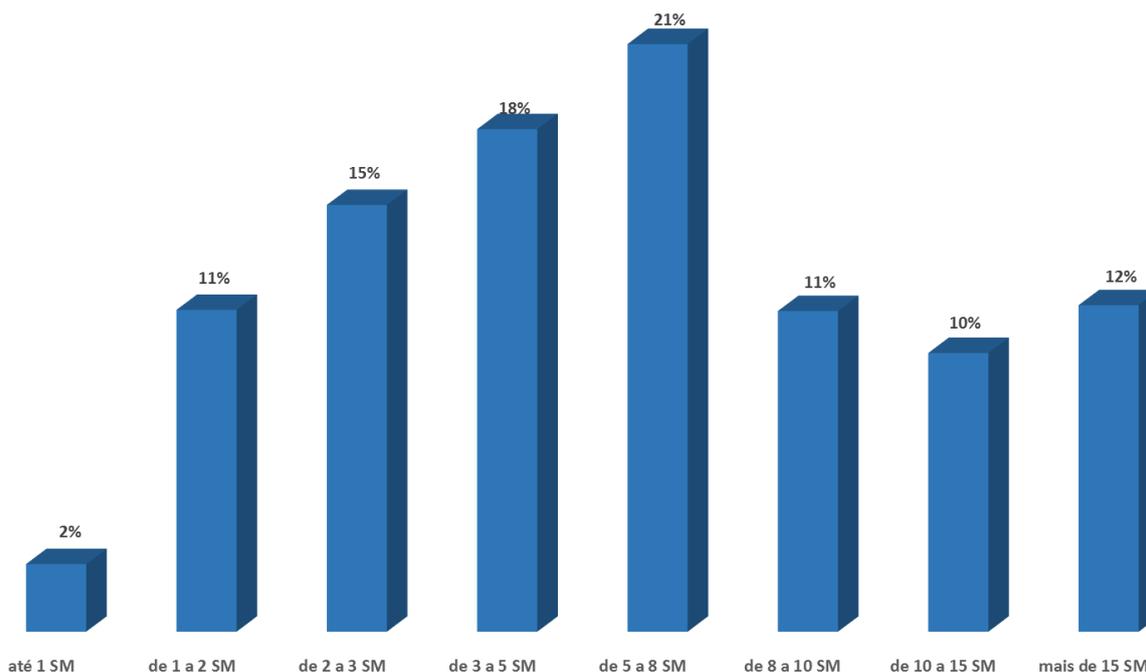
Em relação à renda familiar tivemos uma taxa de não-resposta (recusa ou desconhecimento) de 11%. Foram 6% de recusa e 5% que afirmaram não saber

¹ *European Society for Opinion and Marketing Research.*

² Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa.

responder a essa pergunta. A distribuição da renda informada se encontra a seguir no Gráfico 1.

Gráfico 1 – Renda Familiar



Podemos verificar que a renda familiar informada teve uma maior dispersão entre as faixas, do que observado nas pesquisas, de demanda, realizadas anteriormente (Carnaval e Semana Santa). Acreditamos que o período investigado propiciou a coleta de dados com um perfil diferente de turista: um percentual maior de turista de negócios

Em relação à procedência do entrevistado, tivemos uma concentração quase que exclusiva de turistas nacionais com índice de 98,2%, conforme tabela 3. Esta parece ser uma característica do estado do ES. A relação dos países está na tabela 2.

Tabela 2 – Origem dos turistas estrangeiros abordados

PAÍS	FREQUÊNCIA	%
Portugal	8	16%
Argentina	5	10%
Estados Unidos	5	10%
Espanha	4	8%
Italia	4	8%
Chile	3	6%
Colômbia	3	6%
Uruguai	2	4%
Suécia	2	4%
Noruega	2	4%
Bolívia	2	4%
Alemanha	1	2%
Canada	1	2%
Mexico	1	2%
Paraguai	1	2%
Nepal	1	2%
Inglaterra	1	2%
Equador	1	2%
Camarões	1	2%
Austrália	1	2%
África do Sul	1	2%
Total	50	100%

Já entre os entrevistados de procedência nacional, tivemos representantes de 22 estados além do próprio Espírito Santo. Minas Gerais, Rio de Janeiro e São Paulo contribuíram com a maior presença em nossa pesquisa. Este é um padrão também observado em medições anteriores. A tabela 3 apresenta a distribuição detalhada de sua origem.

Tabela 3 - Origem dos turistas nacionais abordados

PAÍS	FREQUÊNCIA	%
MG	880	33%
ES	801	30%
RJ	382	14%
SP	263	10%
BA	142	5%
DF	41	2%
PR	35	1%
GO	21	1%
RS	21	1%
SC	19	1%
RO	15	1%
CE	11	0,4%
PE	10	0,4%
MA	6	0,2%
PA	6	0,2%
RN	6	0,2%
AM	5	0,2%
MS	5	0,2%
MT	5	0,2%
PB	4	0,1%
AL	3	0,1%
SE	2	0,1%
PI	1	0,04%
Total	2.684	100%

A seguir apresentamos a relação dos municípios, dos quatro estados, com maior participação no envio de turista ao estado.

Tabela 4.1 - Origem dos turistas do estado de Minas Gerais

MUNICÍPIO	FREQUÊNCIA	%
Belo Horizonte	387	44%
Ipatinga	64	7%
Governador Valadares	58	7%
Contagem	25	3%
Juiz de Fora	17	2%

Tabela 4.2 - Origem dos turistas do estado do Rio de Janeiro

MUNICÍPIO	FREQUÊNCIA	%
Rio de Janeiro	180	47%
Campos dos Goytacazes	33	9%
Macaé	30	8%
Niterói	25	7%
Nova Iguaçu	12	3%

Tabela 4.3 - Origem dos turistas do estado de São Paulo

MUNICÍPIO	FREQUÊNCIA	%
São Paulo	155	59%
Campinas	16	6%
Guarulhos	10	4%
São José dos Campos	6	2%
Ribeirão Preto	4	2%

Tabela 4.4 - Origem dos turistas do estado da Bahia

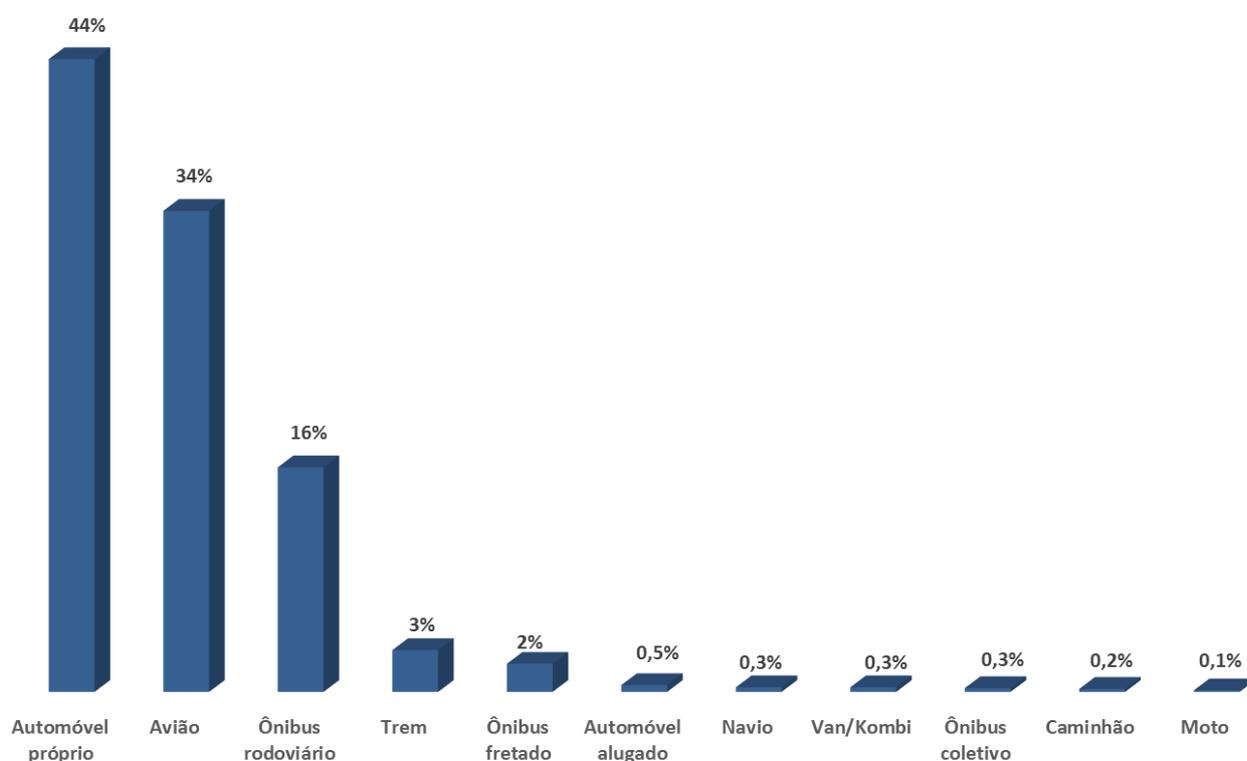
MUNICÍPIO	FREQUÊNCIA	%
Teixeira de Freitas	42	30%
Salvador	36	25%
Mucuri	15	11%
Eunápolis	9	6%
Itabuna	4	3%

A VIAGEM

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

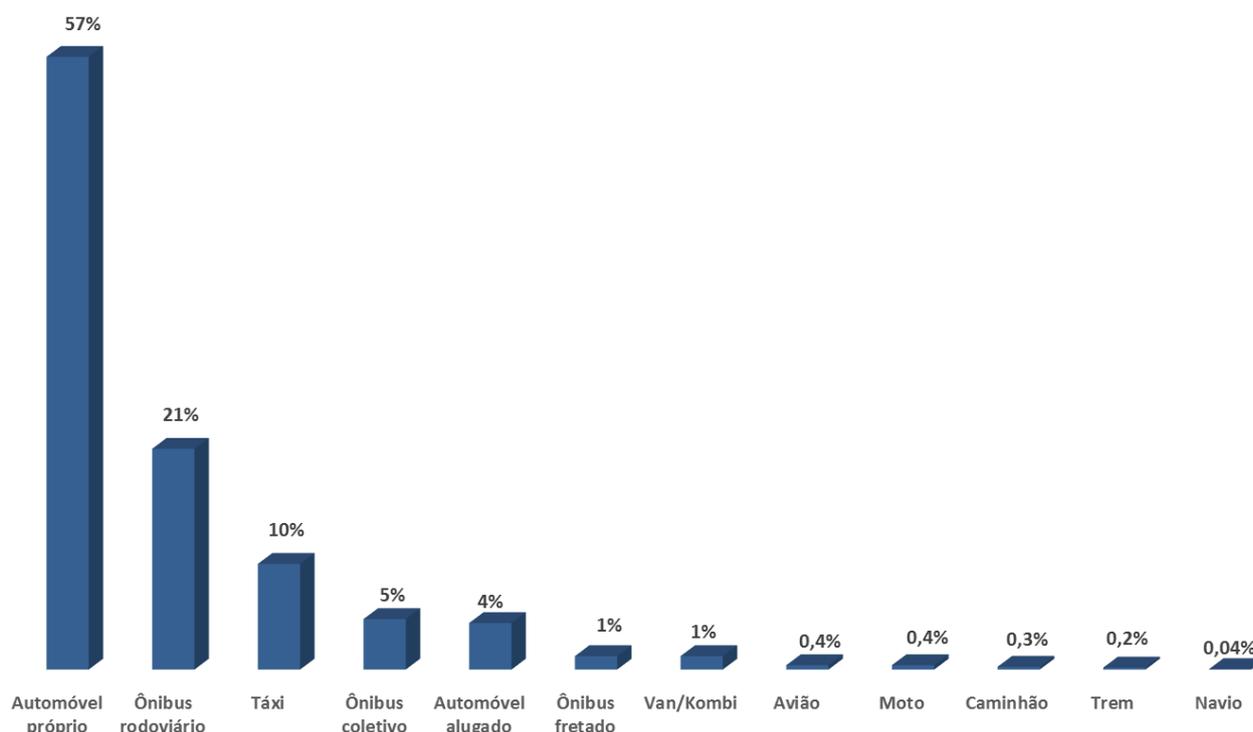
Segundo os entrevistados, e coerente com a sua procedência (local permanente de sua residência), 44% realizou a sua viagem ao Espírito Santo utilizando o automóvel próprio. O segundo modal mais utilizado foi o aéreo com 34%. O detalhamento dos modais, para chegada ao estado e a cidade destino, estão 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 informado no gráfico 2. Temos a predominância do carro próprio com 57% das menções, a seguir aparece o Ônibus rodoviário com 21%, em terceiro lugar aparece o táxi com 10%. Esse é um modal utilizado em combinação com avião e/ou ônibus rodoviário.

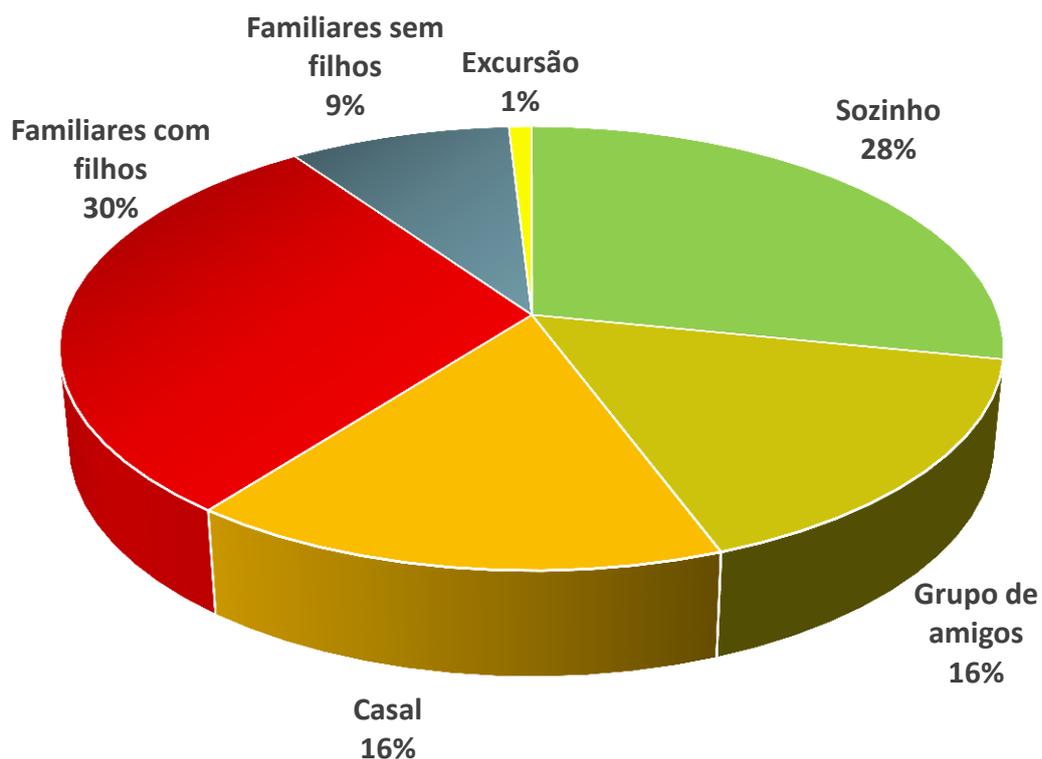
Gráfico 3 – Meio de Transporte para chegar ao Destino.



Devido à pesquisa ter sido realizada em uma data comemorativa de grande impacto no Brasil, a viagem com outros familiares e grupos de amigos já era esperada. Na medição da pesquisa, 39% afirmaram estar viajando com familiar, 17% afirmou estar com um grupo de amigos (Grupo de amigos + excursão), 16% estava acompanhado de seu(sua) companheiro(a). Nesta medição, 28% afirmou estar viajando sozinho.

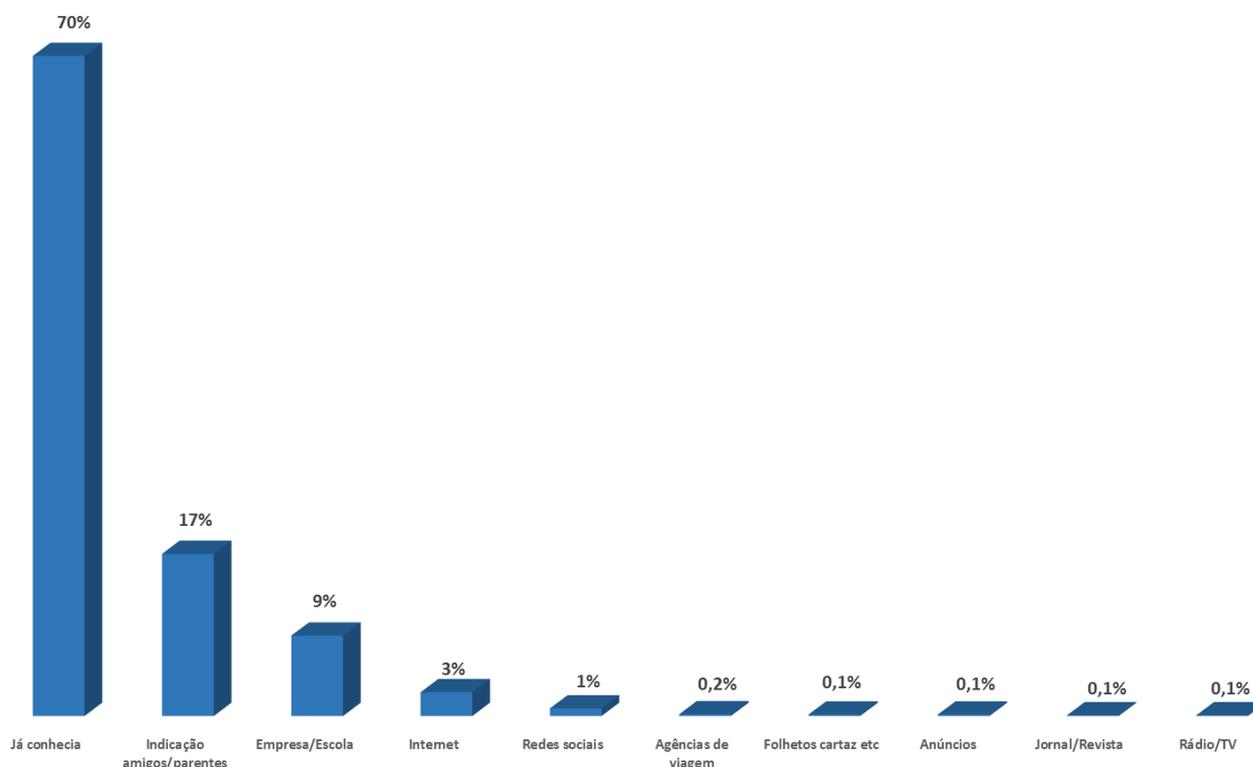
Em média, para os casos que responderam estar viajando acompanhado, o número de acompanhantes era 3,7 pessoas. A mediana obtida para esta variável foi de 2 pessoas.

Gráfico 4 – Viajando com quem?



O gráfico 5, apresenta os meios de informação utilizados para a escolha do destino. 70% Dos entrevistados afirmaram que já conheciam a cidade e estavam retornando para uma nova visita. Em seguida temos a indicação de amigos e parentes com 17% das citações. Destacamos a pouca importância da comunicação digital no processo. Internet e mídias sociais, totalizaram 3%. Chama a atenção a pouca presença da citação das mídias de massa tradicionais, tais como: jornal, revista, rádio e televisão.

Gráfico 5 – Qual a principal fonte de informação para escolha do destino?



Quando perguntados sobre o principal motivo para a escolha do destino obtivemos as seguintes respostas:

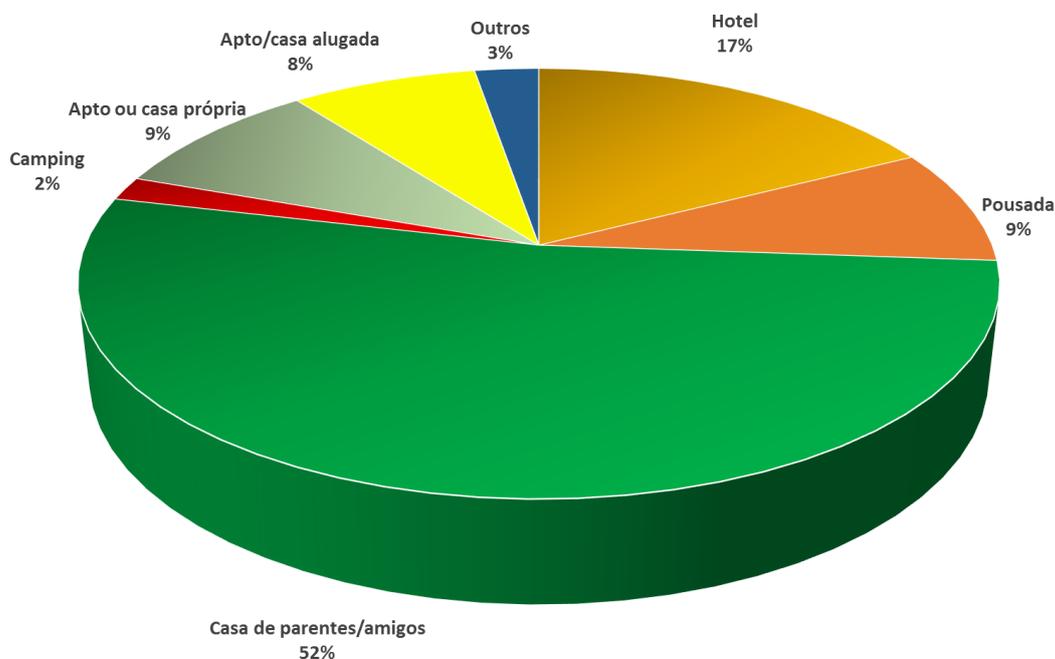
- 56% Lazer e passeio;
- 27% Rever amigos e/ou familiares;
- 14% Trabalho ou realizando negócios;
- 1% Por motivos religiosos
- 1% Estudos ou concursos
- 1% Outros motivos

De forma geral a viagem não contou com um planejamento profissional. A análise desta investigação nos mostrou que grande parte dos turistas não comprou produtos turísticos tradicionais, tais como: hospedagem, passagem e pacotes. Quando questionados sobre como ocorreu o planejamento e a compra de produtos turísticos, 97% afirmaram não ter comprado pacote. 98% Não comprou nenhum passeio turístico. 68% Afirmaram não ter comprado hospedagem em hotel ou pousada. Por

fim, 32% afirmaram ter comprado passagem (aérea ou rodoviária). Este último número está em linha com a pergunta que questionava o modal utilizado para chegar ao destino.

Em relação ao local da hospedagem, o gráfico 6 traz os percentuais observados das respostas obtidas. Percebe-se que somente 26% da amostra afirmou ter utilizado dos serviços de um hotel ou pousada durante a sua estada no Espírito Santo. Em linha com resultados obtidos na pesquisa do Carnaval 2014 e Semana Santa 2014, 52% afirmaram ter ficado em "casa de parentes/amigos". A utilização de casa ou apartamento alugado e/ou própria também aparece com frequência nesta pesquisa.

Gráfico 6 – Local de hospedagem



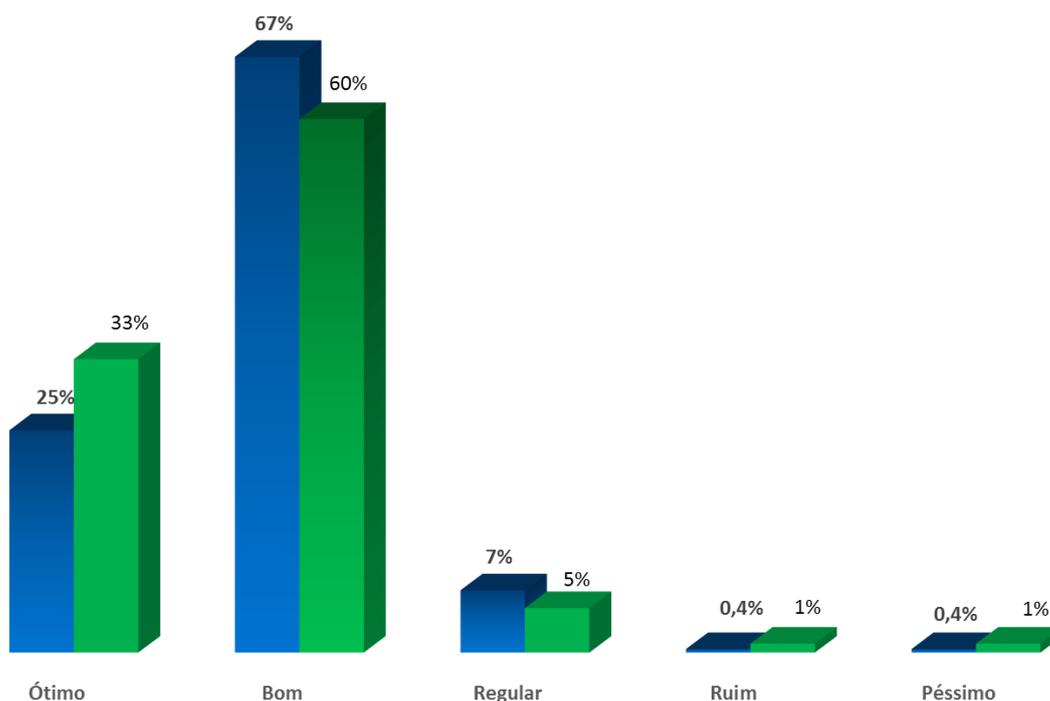
Quando perguntados o motivo por não ter escolhido um meio de hospedagem clássico - hotel ou pousada – obtivemos as seguintes respostas:

- 67% Disponibilidade de casa de amigos/parentes;
- 14% Custo;
- 11% Disponibilidade de casa própria;
- 3% Determinação da empresa;
- 1% Falta de vagas na rede;
- 1% alugou casa/apartamento;
- 1% desejavam ter um contato com a natureza;

- 2% Outros motivos.

Na avaliação dos entrevistados essa sua estada no Espírito Santo não teve um grande impacto sobre a sua percepção geral em relação ao destino escolhido. As somas das avaliações "Ótimo + Bom" não apresentaram oscilações significativas. No gráfico 7 podemos ver a distribuição das avaliações.

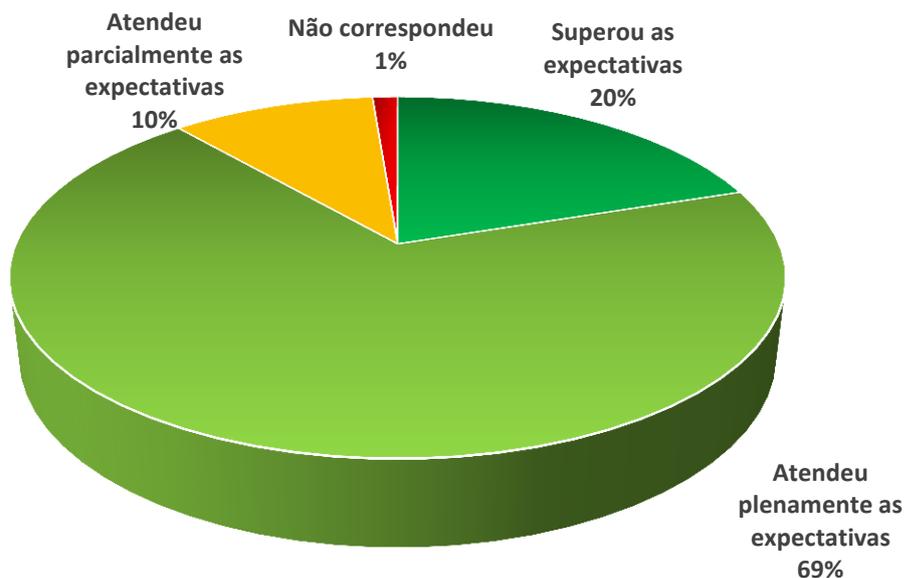
Gráfico 7 – A imagem do destino, antes e depois.



Já em relação ao tempo de permanência no destino obtivemos uma média de 6,6 dias e uma mediana de 4 dias. O valor da média obtido é superior ao das avaliações anteriores realizadas nos períodos do Carnaval e Semana Santa.

Em relação às expectativas quanto à viagem, podemos afirmar que a experiência foi melhor do que o observado na Semana Santa e no Carnaval. 69% dos entrevistados (contra 60% e 55%, respectivamente), afirmou que a viagem "atendeu plenamente as expectativas". Para 20% dos entrevistados, a percepção foi ainda mais positiva. Para eles a viagem "superou as expectativas". Somente 1% afirmou "não ter suas expectativas atendidas" pela viagem. Por fim, 10% afirmaram que a viagem "atendeu em parte" as expectativas.

Gráfico 8 – Atendimento as expectativas da viagem



Entendemos que a superação e ou atendimento das expectativas são fatores de um mesmo *drive* que conduzem a satisfação.

Perguntados diretamente sobre a intenção de retorno ao destino, 98% dos respondentes afirmaram pretender retornar nos próximos dois anos.

A tabela 5, apresentada a seguir, traz o cruzamento entre a frequência de vinda ao estado e a probabilidade de retornar nos próximos dois anos. Podemos afirmar que o retorno é menor para o turista que está vindo pela primeira vez ao estado. Este fato pode estar relacionado ao padrão de consumo dos produtos turísticos deste perfil.

Tabela 5 – Cruzamento das questões “frequência com que vem ao Estado” x “probabilidade de retorno”

	Pretende retornar a este destino nos próximos 2 anos?				Total
	Sim	Não	Não porque quero conhecer outros lugares	NS/NR	
Primeira vez	87%	4%	3%	5%	100%
Uma vez por ano	98%		1%	1%	100%
Duas vezes por ano	99%			1%	100%
Mais de duas vezes por ano	98%	1%		1%	100%
Uma vez nos últimos dois anos	95%	3%		2%	100%
Sem uma frequência definida	94%	2%	1%	3%	100%

Outro dado que nos leva a concluir que há uma imagem positiva do município visitado é o percentual de pessoas que recomendariam o local visitado para amigos e parentes: 98%.

Uma outra questão procurou descrever o perfil de recompra do turista em relação ao estado do Espírito Santo e ao destino (município). A primeira pergunta foi feita somente para os respondentes que não tinham o Espírito Santo como local de sua residência permanente. Já a segunda foi dirigida a todos os turistas entrevistados.

Gráfico 9 – Frequência com que viaja ao Espírito Santo.

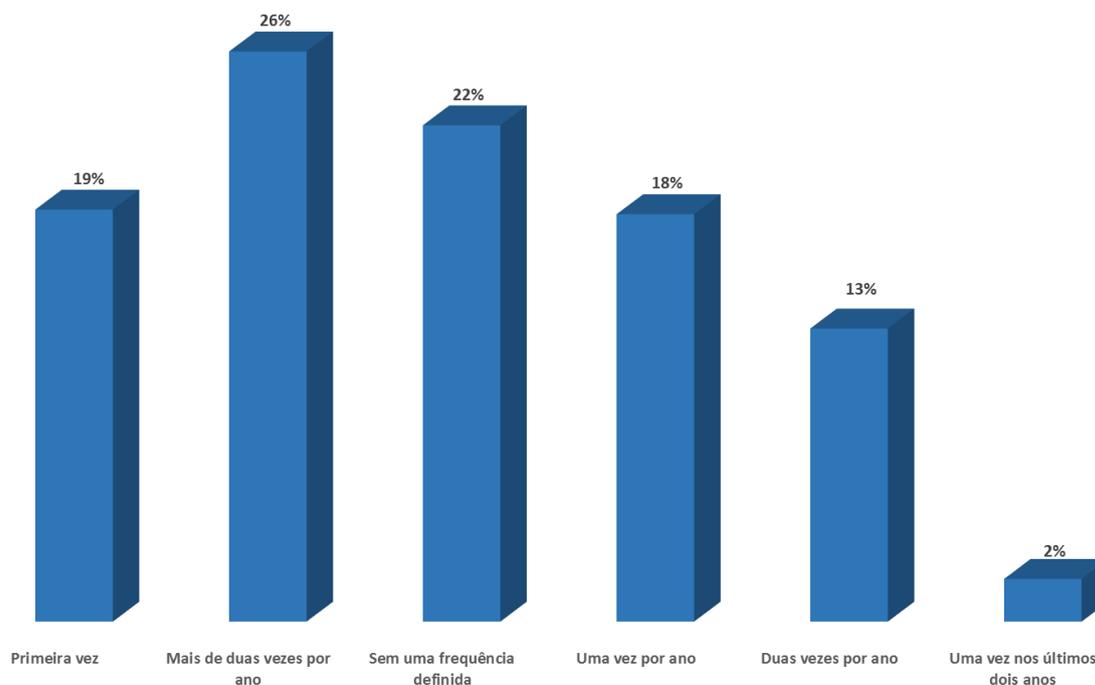
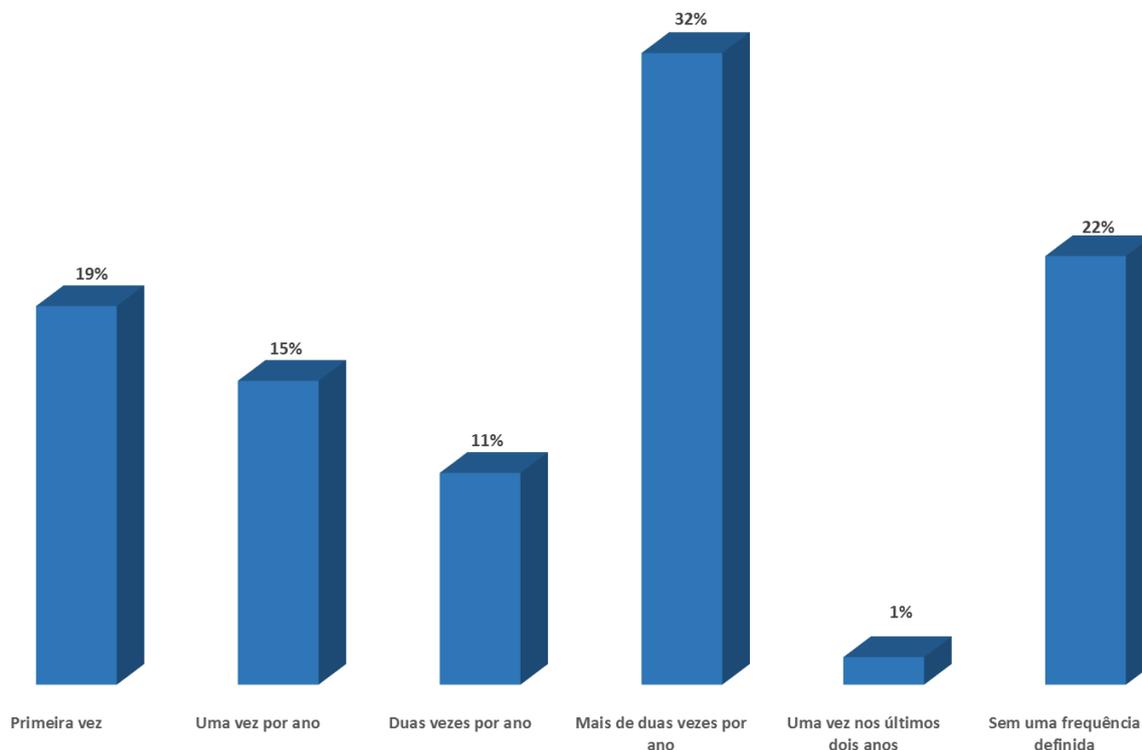


Gráfico 10 – Frequência com que viaja ao Destino.



Os números apresentados nos gráficos 9 e 10 apontam que há um alto grau de recompra do estado e dos destinos por parte dos respondentes. Somente 19% dos respondentes afirmaram ser a primeira vez que vem ao estado ou ao destino. A leitura deste número pode ser feita de duas maneiras. Ambas positivas. A primeira é que os turistas retornam ao destino. A segunda é que há um número significativo de novos turista e que estes avaliam positivamente os destinos. Essas conclusões estão baseadas nas tabelas 6 e 7 apresentadas a seguir.

Tabela 6 – Cruzamento das questões “frequência com que vem ao Estado” x “atendimento da expectativa”

	A viagem atendeu as suas expectativas?					Total
	Superou as expectativas	Atendeu plenamente as expectativas	Atendeu parcialmente as expectativas	Não correspondeu	NS/NR	
Primeira vez	34%	55%	8%	2%	1%	100%
Uma vez por ano	13%	76%	9%	1%	1%	100%
Duas vezes por ano	18%	73%	8%		1%	100%
Mais de duas vezes por ano	16%	72%	10%	1%	1%	100%
Uma vez nos últimos dois anos	24%	73%	3%			100%
Sem uma frequência definida	21%	70%	8%	1%	1%	100%

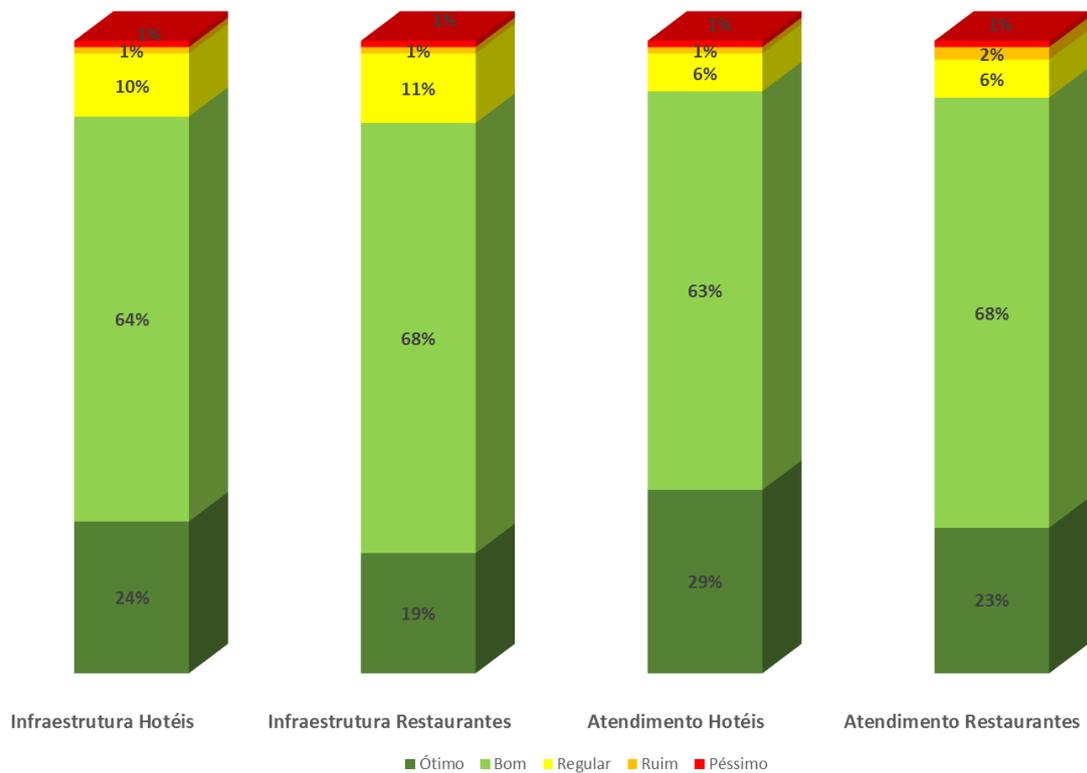
Tabela 7 – Cruzamento das questões “frequência com que vem ao destino” x “atendimento da expectativa”

	A viagem atendeu as suas expectativas?					Total
	Superou as expectativas	Atendeu plenamente as expectativas	Atendeu parcialmente as expectativas	Não correspondeu	NS/NR	
Primeira vez	33%	53%	11%	2%	1%	100%
Uma vez por ano	15%	75%	9%	0%	1%	100%
Duas vezes por ano	18%	73%	8%		1%	100%
Mais de duas vezes por ano	16%	71%	10%	1%	1%	100%
Uma vez nos últimos dois anos	34%	55%	11%			100%
Sem uma frequência definida	17%	70%	11%	2%	1%	100%

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 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 dos munícipes, do visitante e do turista. Os gráficos 12.1 e 12.2, a seguir, fornecem a avaliação realizada pelos entrevistados durante o período investigado.

Gráfico 12.1 – Qualificação da infraestrutura oferecida

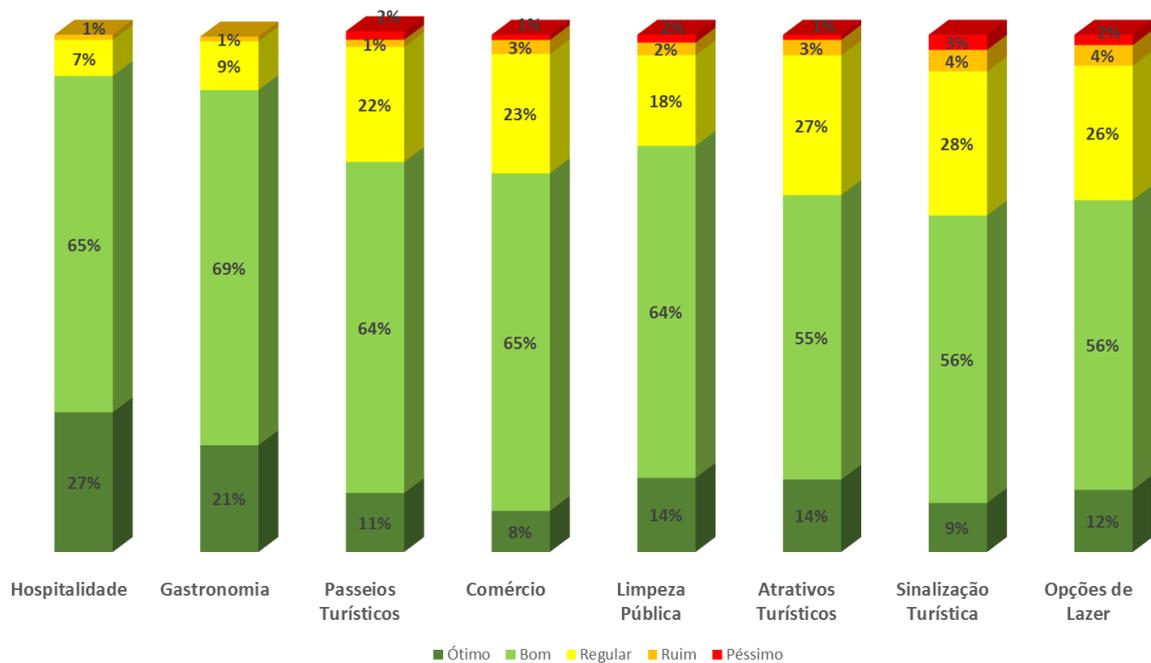
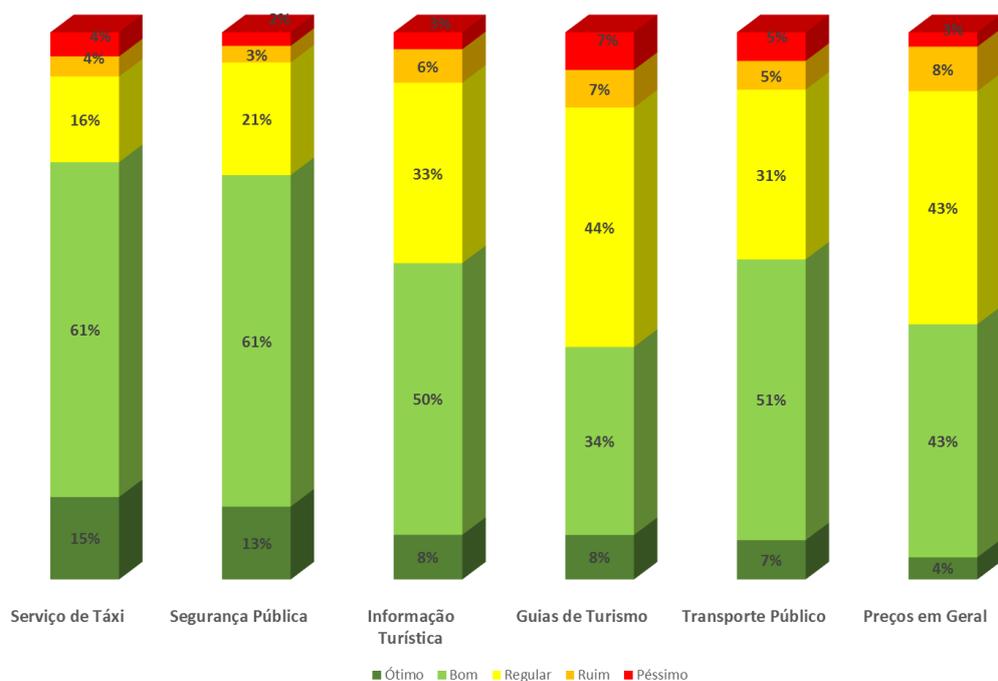


Gráfico 12.2 – Qualificação da infraestrutura oferecida



Foi perguntado aos entrevistados que avaliaram como “ruim” ou “péssimo” o porquê desta avaliação. Os resultados estão na sequência de tabelas a seguir (Tabela 8).

Tabela 8.1 – Por que das avaliações “ruim” ou “péssimo”, para Segurança Pública.

SEGURANÇA PÚBLICA	FREQUÊNCIA
Pouco/nenhum policiamento	98
Muito assalto	11
Sensação de insegurança/muitas notícias	11
Fui assaltado	9
Polícia despreparada	3
Muita violência	2
Falta segurança	1
Meu parente já foi assaltado	1
Ruas sombrias	1
Teve assalto no clube onde eu estava	1

Tabela 8.2 – Por que das avaliações “ruim” ou “péssimo”, para Transporte Público.

TRANSPORTE PÚBLICO	FREQUÊNCIA
Poucas opções de horários	20
Poucos ônibus	20
Lotados	14
Precários, velhos	13
Demorados	9
Sem conforto	4
Passagem cara	4
Velhos e sujos	3
Falta ônibus a noite	3
Falta itinerário	3
Atrasam	2
Falta ônibus circular dentro da cidade	2
Poucas linhas	2
Falta de sinalização	2
Faltam pontos de ônibus	2
Monopólio	1
Os motoristas respeitam as pessoas	1

Tabela 8.3 – Por que das avaliações “ruim” ou “péssimo”, para Guias de Turismo.

GUIAS DE TURISMO	FREQUÊNCIA
Não tem	17
Não vi	3
Falta informação, posto de informação, guias	1
Faltou planejamento	1

Tabela 8.4 – Por que das avaliações “ruim” ou “péssimo”, para Sinalização Turística.

SINALIZAÇÃO TURÍSTICA	FREQUÊNCIA
Poucas placas/sinalização	76
Não tem	51
Faltam placas indicativas	19
Teve dificuldade para chegar no	2
Falta informação	2
Não adiantar ter se não sabe o	1
Não vi placas nos monumentos	1
No ES, na estrada não tem	1

Tabela 8.5 – Por que das avaliações “ruim” ou “péssimo”, para Limpeza Pública.

LIMPEZA PÚBLICA	FREQUÊNCIA
Ruas sujas	63
Faltam lixeiras	9
Falta de educação da população	7
Não fazem coleta dias fixos	5
Praias sujas	4
Esgoto a céu aberto	2
Esgoto na praia	2
Lixeiras lotadas	2
Só limpam na época das festas	2
Não tem pessoas limpando as ruas	2
As obras intermináveis estão deixando	1
Banheiros da orla são sujos	1
Bueiros entupidos	1
Falta manutenção e limpeza no	1
Muita lama	1
Sem investimento	1

Tabela 8.6 – Por que das avaliações “ruim” ou “péssimo”, para Hospitalidade.

HOSPITALIDADE	FREQUÊNCIA
Mal educados	11
Antipáticos	3
Mal atendimento	3
As pessoas não recebem bem	2
Falta hospitalidade	2
Não são calorosos	2
As pessoas são fechadas, mal educadas	1
Bravos	1
Falta de carinho no comércio um "bom dia boa	1
Fraco	1
Não tem	1
Pessoas mal preparadas (desconfiadas)	1
Precário para o turista	1

Tabela 8.7 – Por que das avaliações “ruim” ou “péssimo”, para Comércio.

COMÉRCIO	FREQUÊNCIA
Poucas opções	29
Caro	18
Mau atendimento	13
Tudo fechado	7
Não aceitam cartão de crédito	5
Fraco/Ruim	4
Faltam produtos	3
Fecha muito cedo	3
Fechado aos domingos	3
Falta banco 24h farmácias e supermercados	3
Falta artesanato local	1
Falta barzinho na praia	1
Falta conscientizar a população	1
Falta um shopping	1
Muito sujo	1
Sem horário para abrir e fechar	1

Tabela 8.7 – Por que das avaliações “ruim” ou “péssimo”, para Atrativos Turísticos.

ATRATIVOS TURÍSTICOS	FREQUÊNCIA
Poucos atrativos/opções	32
Não tem	28
Não tem divulgação	9
Faltam shows	4
Falta incentivo/investimento	4
Só praia	3
Falta diversão infantil	1
Falta jardim	1
Falta melhorar as trilhas	1
Faltam atrativos noturnos	1
Fraco em termo de produtos	1
Melhores restaurantes e eventos	1
Nada que atraia o turista	1
Por ter fechado o teatro	1
Praia ruim	1

Tabela 8.8 – Por que das avaliações “ruim” ou “péssimo”, para Entretenimento.

ENTRETENIMENTO	FREQUÊNCIA
Faltam opções	61
Não existe	34
Só tem praia	21
Faltam shows	5
Vida noturna, boate, shows, bares	5
Mais festas populares	3
Parque e praças	3
Falta investimento	2
Falta cinema	2
Falta teatro e eventos	1
Não tem bares nem restaurantes	1
Não tem, tudo fechado	1
Novidades	1
O tipo de festas não me agrada	1
Orla ruim	1
Shopping é ruim	1
Só tem em alta temporada	1
Só tem barzinho a cidade	1

Tabela 8.9 – Por que das avaliações “ruim” ou “péssimo”, para Informação Turística.

INFORMAÇÃO TURÍSTICA	FREQUÊNCIA
Não tem informação turística	58
Não tem um ponto de apoio ao turista	29
Faltam pessoas especializadas	15
Não tem quem ajude	10
Falta de informação	8
Não tem divulgação do que há	7
Ninguém sabe informar nada	4
A divulgação do turismo é muito devagar	4
Falta de informação, guias, folders, roteiros	4
O posto de informação não funciona	3
Não tem placas	3
Falta sinalização	2
Falta investimento/planejamento	2
Não sabem informar aonde tem lugares	2
A cidade é precária de informação	1
Acesso difícil	1
Estrada sem sinalização	1
Falta sinalização turística em outras	1
Não viu se há disponibilidade do serviço	1
Poucas placas	1
Só nos bares	1

Tabela 8.10 – Por que das avaliações “ruim” ou “péssimo”, para Serviço de Táxi.

SERVIÇO DE TÁXI	FREQUÊNCIA
Muito caro	20
Não usam taxímetro	13
Não tem serviço de táxi	8
Motoristas não conhecem o	5
Poucos táxis	5
Carros velhos	2
Mal atendimento	3
Muita espera	2
Não foi imparcial	1
Cobram mais caro de turista	1
Deu muita volta	1
Falta de preparo dos taxistas	1
Falta táxi noturno	1
Ficam rodando	1
Não aceitam cartão de crédito	1
Não são comunicativos	1

Tabela 8.11 – Por que das avaliações “ruim” ou “péssimo”, para Gastronomia.

GASTRONOMIA	FREQUÊNCIA
Poucas opções	10
Muito caro	4
Poucas opções de restaurantes	2
Sem qualidade	2
Sem qualidade no atendimento	2
Faltou pratos típicos	2
Fraco	2
Comida ruim	1
Em alguns lugares a comida não é muito boa	1
Não gostei da comida	1
Não tem	1
Não tem restaurante aberto a noite	1
Não tinha peixe	1
Restaurante do aeroporto fechado só tem um	1
Sem variedade	1

Tabela 8.12 – Por que das avaliações “ruim” ou “péssimo”, para Preços em Geral.

PREÇOS EM GERAL	FREQUÊNCIA
Muito caro	157
Tudo muito caro	125
Preço da alimentação alto	4
Entrada muito cara	1

A tabela 9 descreve as principais atividades desenvolvidas no destino por parte dos entrevistados. Como era de se esperar, devido a maior concentração da coleta e do fluxo de turista se concentrar no litoral capixaba, a atividade mais citada foi

“frequentar praia” com 31% do total de citações. Destacamos que esta pergunta permitia múltiplas respostas.

Tabela 9 – Atividades realizadas no destino

ATIVIDADES QUE DESENVOLVEU	FREQUÊNCIA	%
Frequentou praias	1607	31%
Conheceu pratos e comidas típicas	705	14%
Visita a atrativos histórico culturais	582	11%
Diversão Noturna (Shows/boates)	501	10%
Atividades na Natureza	431	8%
Fez Contatos Profissionais	271	5%
Participou de Festas Populares	255	5%
Fez City Tour	151	3%
Assistiu a eventos esportivos	140	3%
Shopping	137	3%
Fez visita a parque temático	111	2%
Praticou Esportes de Aventura	81	2%
Visitar parente/amigo	43	1%
Frequentou bares	36	1%
Trabalhei	16	0,3%
Necessidade médica	10	0,2%
Atividade religiosa	8	0,2%
Cinema	7	0,1%
Fábrica da Garoto	6	0,1%
Projeto Tamar	6	0,1%
Pescaria	5	0,1%
Panelleiras	2	0,04%

A pesquisa questionou ainda se o entrevistado sentiu falta de algo no destino. 50% dos entrevistados não apontou nenhuma carência no destino em que esteve hospedado. A tabela 10 apresenta em detalhes as respostas a esta pergunta.

Tabela 10 – O que faltou no destino, segundo o turista.

O QUE FALTOU	FREQUÊNCIA	%
Informações turísticas	255	13%
Bancos caixa eletrônicos	264	13%
Opções de lazer	152	8%
Segurança	149	8%
Bons restaurantes	146	7%
Infraestrutura para atender ao turista	125	6%
Assistência médica para o turista	124	6%
Transporte público	97	5%
Água/energia/telefonía	77	4%
Bons hotéis	82	4%
Comércio com melhor horário de funcionamento	55	3%
Urbanização/Asfalto	44	2%
Banheiros	50	3%
Atração turística em geral	47	2%
Urbanização/Asfalto	44	2%
Mais divulgação	24	1%
Melhorar atendimento nas lojas/comércio	22	1%
Quiosques	23	1%
Sinalização	22	1%
Limpeza	20	1%
Melhores Preços	16	1%
Transporte	15	1%
Saneamento básico	14	1%
Duchas	13	1%
Outros	78	4%

GASTO MÉDIO

A tabela 11 apresenta os gastos realizados pelos turistas e visitantes entrevistados. 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 observem os dois valores de forma conjunta.

Tabela 11 – Gastos realizados durante a visita

ITEM	Mínimo	Máximo	Médio	Mediano
Deslocamento até o destino	R\$ 0,00	R\$ 7.500,00	R\$ 352,55	R\$ 180,00
Deslocamento interno (dentro do	R\$ 0,00	R\$ 6.000,00	R\$ 144,97	R\$ 50,00
Hospedagem	R\$ 0,00	R\$ 11.500,00	R\$ 642,61	R\$ 400,00
Alimentação	R\$ 0,00	R\$ 5.000,00	R\$ 319,84	R\$ 200,00
Atrativos e Passeios	R\$ 0,00	R\$ 4.000,00	R\$ 200,75	R\$ 100,00
Compras	R\$ 0,00	R\$ 3.400,00	R\$ 267,58	R\$ 150,00
Outros Gastos	R\$ 0,00	R\$ 3.000,00	R\$ 140,55	R\$ 60,00
Gasto Total	R\$ 0,00	R\$ 20.604,00	R\$ 1.041,74	R\$ 595,00
Gasto por dia de permanência	R\$ 0,00	R\$ 9.400,00	R\$ 242,15	R\$ 142,86
Gasto per capita	R\$ 0,00	R\$ 11.300,00	R\$ 553,41	R\$ 281,43
GMDI	R\$ 0,00	R\$ 9.400,00	R\$ 136,37	R\$ 68,75

Uma pergunta associada ao gasto médio era o número de pessoas englobadas neste desembolso. A resposta apresentou uma média de 2,38 pessoas e uma mediana de 2 (duas) pessoas para os gastos informados.

CONTAGEM DO FLUXO DE CARROS

Durante a coleta dos dados nas rodovias foi feita também a contagem do fluxo de veículos. Esse trabalho de contagem manual foi feito entre os dias 18 e 24 de junho no horário compreendido entre 8 horas da manhã e as 17:50. Os pesquisadores estavam posicionados, junto às cabines das polícias rodoviárias. O resultado está apresentado na tabela abaixo.

Tabela 12 – Fluxo de veículos nas rodovias.

RODOVIA	18/06/2014	19/06/2014	20/06/2014	21/06/2014	22/06/2014	23/06/2014	24/06/2014	TOTAL
BR 101 Posto 2 PRF Km 56 - São Mateus	1.184	1.495	1.200	1.156	920	965	1.157	8.077
BR 101 Posto 2 Km 411 - Safra	1.605	1.485	854	781	1.604	880	970	8.179
ES 490 Posto 8 BTPM - Itapemirim	888	826	853	774	1.224	718	725	6.008
BR 262 Posto 2 Km 159- Ibatiba	1.041	1.345	1.175	1.661	2.187	1.592	1.890	10.891
BR 259 8º RPM - Aymores/MG	350	1.289	666	996	761	580	749	5.391
ES 060 Posto 6 KM 13 - Rodovia do Sol	4.604	7.311	7.130	6.669	5.899	8.179	6.151	45.943
BR 101Posto 1 Km 250 - Serra	3.072	3.416	3.120	3.357	3.245	2.227	2.930	21.367
TOTAL	12.744	17.167	14.998	15.394	15.840	15.141	14.572	105.856

QUESTIONÁRIO UTILIZADO

Pesquisa de Demanda Turística – MÉDIA TEMPORADA 2014

CONTROLE	
Entrevistador:	Data: ____/____/____
Entrevistado:	Telefone:

FILTROS DA PESQUISA

O Sr.(a) é residente nesta cidade? (Recomendação diferenciada para o município de Aimorés/MG)

1. Sim (agradeça e indique na folha)
2. Não (próximo filtro)

Pernou/irá pernoitar no Estado/Município? (Recomendação diferenciada para o município de Aimorés/MG)

1. Sim (Prossiga com o questionário)
2. Não (agradeça e proceda a uma nova abordagem)

1.0 – PONTOS DE COLETA. Informe o código segundo a tabela abaixo: _____

2.0

MUNICÍPIO	NO MUNICÍPIO	RODOVIÁRIA	AEROPORTO	FERROVIÁRIA
(1) Anchieta	11	12		
(2) Aracruz	21			
(3) Conceição da Barra	31	32		
(4) Domingos Martins	41	42		
(5) Cachoeiro Do Itapemirim	51	52		
(6) Guarapari	61	62		
(7) Dolores do Rio Preto	71			
(8) Cariacica				83
(9) Linhares	91			
(10)Mucurici	101			
(11)São Mateus	111	112		
(12)Fundão	121			
(13)Itapemirim	131			
(14)Ibatiba	141			
(15)Aymorés/MG	151			
(16)Vila Velha	161	162		
(17)Serra	171			
(18)Piúma		182		
(19)Marataízes	191	192		
(20)Santa Teresa		202		
(21)Vitória	211	212	213	
(22)Venda Nova do Imigrante	221			

BLOCO 1 – ORGANIZAÇÃO DA VIAGEM

1.1 – Qual o local de sua residência permanente?

1.1.1 – País: (1) Brasil (2) Outro _____

1.1.2 – Estado: _____

1.1.3 – Município: _____

1.2 - Qual o principal motivo da viagem?

- | | |
|-------------------------------|--------------------------------|
| (1) Lazer/Passeio | (6) Congressos e Convenções |
| (2) Rever amigos e Familiares | (7) Tratamento/Consulta médica |
| (3) Trabalho/Negócios | (8) Religião / Peregrinação |
| (4) Compras | (9) Outro. Qual? _____ |
| (5) Estudos ou Cursos | |

1.3 – Quem o acompanhou nessa viagem?

- | | |
|---------------------------|---------------------------|
| (1) Sozinho | (5) Familiares sem filhos |
| (2) Em grupo/amigos | (6) Em excursão |
| (3) Casal | (7) NS/NR |
| (4) Familiares com filhos | (8) Outro. Quem? _____ |

1.4 Quantas pessoas o acompanham nesta viagem? N° de Pessoas _____

1.5 - Qual a principal fonte de informação que o(a) sr.(a) utilizou para a escolha do destino/ pacote turístico? (Marcar apenas uma resposta)

- (1) Já conhecia a cidade
- (2) Agências de viagem
- (3) Folhetos, cartaz, etc
- (4) Indicação de amigos/parentes
- (5) Internet / Redes sociais. Qual? _____
- (6) Internet / Sites especializados. Qual? _____
- (7) Jornal/Revista. Qual? _____
- (8) Rádio/TV. Qual? _____
- (9) Anúncios campanha publicitária. Qual? _____
- (10) Empresa em que trabalha / Escola

1.6 – Como esta viagem foi organizada? (Enumerar conforme tabela abaixo)

1.6.1. Comprou pacote (incluindo passeios, passagens, hospedagem, etc) de que forma? (____)

1.6.2. Comprou passagens de que forma? (____)

1.6.3. Comprou hospedagem de que forma? (____)

1.6.4. Comprou Passeios de que forma? (____)

1. Internet	(1.1) Agência/site especializado	(1.2) Direto do fornecedor
2. Telefone	(2.1) Agência de viagens	(2.2) Direto com o fornecedor
3. Pessoalmente		
4. Empresa em que trabalha		
5. Instituição em que estuda		
6. Não comprou		
7. NS/NR		
8. Não fui eu que comprei		

BLOCO 2 – CARACTERÍSTICAS DA VIAGEM

2.1- Qual o meio de transporte que o(a) sr.(a) utilizou para chegar ao Espírito Santo? (TURISTAS DE OUTROS ESTADOS SOMENTE)

- | | |
|-----------------------------------|---|
| (1) Automóvel próprio | (7) Navio |
| (2) Automóvel alugado | (8) Van/Kombi |
| (3) Automóvel de parentes /amigos | (9) Moto |
| (4) Avião | (10) Caminhão |
| (5) Ônibus regular | (11) Trem (Vitória/Minas-Pedro Nolasco) |
| (6) Ônibus fretado | (12) NS/ NR |

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 | (3) Automóvel de parentes /amigos |
| (2) Automóvel alugado | (4) Avião |
| (5) Ônibus rodoviário | (10) Caminhão |
| (6) Ônibus coletivo | (11) Moto |
| (7) Ônibus fretado | (12) Trem (Vitória/Minas-Pedro Nolasco) |
| (8) Navio | (13) Táxi |
| (9) Van/ Kombi | (14) NS/ NR |

2.3 – Pensando no seu gasto e das pessoas que estão sob sua responsabilidade financeira. Qual o foi o gasto estimado no destino com os seguintes itens:

2.3.1	Deslocamento até o destino	R\$
2.3.2	Deslocamento interno (transporte dentro do município)	R\$
2.3.3	Hospedagem	R\$
2.3.4	Alimentação	R\$
2.3.5	Atrativos e passeios	R\$
2.3.6	Compras	R\$
2.3.7	Coutros Gastos	R\$

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

2.5 – Em qual município o(a) sr.(a) se hospedou/passou a maior parte do tempo?

Município: _____

2.6 – Em quais outros municípios o(a) sr.(a) pernitoiu?

2.6.1 Município: _____

2.6.2 Município: _____

2.6.3 Município: _____

2.7 – Com que frequência o(a) sr.(a) vem ao Espírito Santo? (Turistas de outros estados somente)

- | | |
|--------------------------------|-----------------------------------|
| (1) Primeira vez | (5) Uma vez nos últimos dois anos |
| (2) Uma vez por ano | (6) Sem uma frequência definida |
| (3) Duas vezes por ano | (7) NS/NR |
| (4) Mais de duas vezes por ano | |

2.8– Com que frequência vem a este destino (município)? (Turistas do Estado e de outros estados)

- | | |
|--------------------------------|-----------------------------------|
| (1) Primeira vez | (5) Uma vez nos últimos dois anos |
| (2) Uma vez por ano | (6) Sem uma frequência definida |
| (3) Duas vezes por ano | (7) NS/NR |
| (4) Mais de duas vezes por ano | |

2.9 – Onde o senhor se hospedou/ está hospedado?

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

2.9.1 – Por qual motivo o(a) sr(a) não optou por hotel ou pousada?

- | | |
|--|-------------------|
| (1) Disponibilidade de casa de amigos/parentes | (4) Outro motivo. |
| (2) Custo | Qual? _____ |
| (3) Falta de vagas na rede | |

2.10 - Qual o tempo de permanência (vai permanecer – se ainda não está indo embora) neste município? N° de Dias _____

2.11 - Quais atividades o(a) sr.(a) desenvolveu no município em que ficou/está hospedado?

(Resposta Múltipla)

- (1) Assistiu a eventos esportivos
- (2) Visita a atrativos histórico-culturais
- (3) Conheceu pratos e comidas típicas
- (4) Fez visita a parque(s) temático(s)
- (5) Frequentou praias/tomar sol/Banho de mar
- (6) Diversão Noturna (Shows/boates)
- (7) Fez City Tour
- (8) Atividades na Natureza (caminhadas, Cachoeiras, parques naturais)
- (9) Realizou Atividades em meio rural
- (10) Participou de Festas Populares
- (11) Praticou Esportes de Aventura/recreacionais
- (12) Fez Contatos Profissionais
- (13) NS/NR
- (14) Outra atividade. Qual? _____

BLOCO 3 – AVALIAÇÃO DA VIAGEM

3.1 Qual imagem tinha do destino:

3.1.1 Antes da Viagem:	ÓTIMO	BOM	REGULAR	RUIM	PÉSSIMO	NA	NR
-------------------------------	-------	-----	---------	------	---------	----	----

3.1.2 Depois da Viagem:	ÓTIMO	BOM	REGULAR	RUIM	PÉSSIMO	NA	NR
--------------------------------	-------	-----	---------	------	---------	----	----

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

- | | |
|--|----------------------|
| (1) Superou as expectativas | (4) Não correspondeu |
| (2) Atendeu plenamente as expectativas | (5) NS/NR |
| (3) Atendeu parcialmente as expectativas | |

3.2.1 (para quem respondeu “não correspondeu”) por que não atendeu as expectativas?

3.3 Qual a avaliação quanto a infraestrutura, equipamentos e serviços turísticos do destino:

ITEM	ÓTIMO	BOM	REGULAR	RUIM	PÉSSIMO	NA	NR
3.3.1 – Segurança Pública	1	2	3	4	5	6	7
3.3.2 – Transporte Público	1	2	3	4	5	6	7
3.3.3 – Limpeza pública e dos atrativos	1	2	3	4	5	6	7
3.3.4 – Comércio	1	2	3	4	5	6	7
3.3.5 – Atrativos Turísticos	1	2	3	4	5	6	7
3.3.6 – Informação turística	1	2	3	4	5	6	7
3.3.7 – Sinalização turística	1	2	3	4	5	6	7
3.3.8 – Opções de lazer e entretenimento	1	2	3	4	5	6	7
3.3.9 – Guias de Turismo	1	2	3	4	5	6	7
3.3.10 – Serviço de Taxi	1	2	3	4	5	6	7
3.3.11 – Passeios Turísticos	1	2	3	4	5	6	7
3.3.12 – Hospitalidade	1	2	3	4	5	6	7
3.3.13 – Gastronomia / Restaurantes	1	2	3	4	5	6	7
3.3.14 – Preços em Geral	1	2	3	4	5	6	7

3.3.1 – Para cada nota “ruim” ou “péssimo” informar o porquê dá nota concedida.

3.4 – Avalie os serviços e infraestrutura dos Hotéis e Restaurantes no destino: (Para quem utilizou serviços de Pousada/Hotel/Camping)

ITEM	ÓTIMO	BOM	REGULAR	RUIM	PÉSSIMO	NA	NR
3.4.1 – Infraestrutura hotéis	1	2	3	4	5	6	7
3.4.2 – Infraestrutura Restaurantes	1	2	3	4	5	6	7
3.4.3 – Atendimento Hotéis	1	2	3	4	5	6	7
3.4.4 – Atendimento Restaurantes	1	2	3	4	5	6	7

3.5 – O que Sr.(a) acha que faltou no destino escolhido? (RM)

- | | |
|---------------------------------------|---|
| (1) Água/energia/telefonia | (7) Infraestrutura para atender ao turista. Qual? |
| (2) Bancos/caixa eletrônicos | (8) Segurança |
| (3) Assistência médica para o turista | (9) Transporte público |
| (4) Bons hotéis | (10) Opções de lazer. Qual? _____ |
| (5) Bons restaurantes | (11) NS/NR |
| (6) Informações turísticas | (12) Outro. Qual? _____ |

3.6 – O Sr.(a) pretende retornar a este destino nos próximos 2 anos?

- (1) Sim (2) Não. Por que? _____ (3) NS/ NR

3.6.1 Qual seria o principal motivo de retorno ao destino? (só para quem respondeu sim na 3.6)

- | | |
|-----------------------|-------------------------------|
| (1) Lazer | (3) Visita a parentes/amigos |
| (2) Trabalho/negócios | (4) Outro motivo. Qual? _____ |

3.7 - O Sr. (a) recomendaria o município escolhido a amigos e/ou parentes?

(1) Sim(2) Não. Por que? _____ (3) NS/NR

4.1 - Sexo: (1) Masculino (2) Feminino

4.2 - Idade: _____ anos

4.3 – Estado Civil:

- | | | | |
|-----------------|---------------|-------------------|-----------|
| (1) Solteiro(a) | (3) Viúvo (a) | (5) Divorciado | (7) NS/NR |
| (2) Casado (a) | (4) Separado | (6) União estável | |

4.4 – Escolaridade: (Último grau completo)

- | | |
|--------------------------|--------------------------------------|
| (1) Sem instrução formal | (5) Pós graduação/mestrado/doutorado |
| (2) Ensino fundamental | (6) Curso técnico |
| (3) Ensino médio | (7) NS/NR |
| (4) Curso superior | |

4.5 – Renda mensal familiar: em reais (R\$)

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

4.6 – Quantas Pessoas, contando com o(a) Sr(a), são dependentes desta renda familiar?

Pessoas: _____

OCORRÊNCIAS DE CAMPO

Serra

No cronograma da SETUR foi estabelecido o início da coleta nos pontos turísticos de Serra no dia 19/06, mas as praias estavam vazias. Nos dias 20, 21 e 22 choveu muito, aí sim piorou, pois mesmo quem tinha feito reserva, cancelou devido o tempo. No dia 22/06 contatamos o Sr. o Rafael Granvilla e onde após expormos o problema nos liberou a possibilidade de fazer a coleta também na rodoviária de Carapina, devido a não ter turista nas praias.

Ibatiba

Na rodovia de Ibatiba, os policiais não ficam no posto, primeiro tinham dito que não estavam sabendo da pesquisa, no segundo dia eles disseram que estavam sabendo. O problema foi que contavam com uma equipe reduzida devido à Copa e não teria como ficar parando, foram parar mesmo nos 2 últimos dias devido a insistência dos entrevistadores.

Rodovia do Sol

Na Rodovia do Sol, nos dias 23 e 24 chegou reforço – policial - para nos auxiliar no processo de abordagens e fazer as entrevistas. O problema é sempre o mesmo: o movimento é grande, mas os policiais têm que sair para atender as – muitas - ocorrências.

Nas Rodovias

Com a exceção do posto localizado em Ibatiba nas outras BR contamos, dessa vez, com um grande empenho dos policiais nas abordagens. Nos locais onde não conseguimos atingir a meta, foi devido a ausência de policiais que saem para atender as diligências e devido a isso o posto ficar vazio ou com apenas um policial que aí não poderia ficar fora do posto. Temos ainda que apontar que nos dias de jogo da Copa do Mundo as rodovias ficavam com um fluxo extremamente baixo.

Aracruz

Nas praias de Aracruz praticamente também não tinha turista, devido ao mal tempo.

Geral

Um problema é que nessa data, além da realização da Copa do Mundo, as férias que deveriam ter sido antecipadas só o foram no estado de Minas Gerais.

Enfim, todas as rotas que não conseguimos totalizar as cotas, foi devido aos problemas relatado que ocasionaram um baixo fluxo de turistas.

Nos hotéis foi informado, pelos gerentes, que até tinham bloqueios e reservas, mas foram canceladas devido as chuvas que atingiram o estado na ocasião da coleta.

