Relatório Estatístico do Turismo Espírito Santo 2011-2013







Equipe de Governo

GOVERNADOR

José Renato Casagrande

VICE GOVERNADOR

Givaldo Vieira

SECRETÁRIO DE ESTADO DE TURISMO

Antonio Alexandre dos Passos Souza

SUBSECRETÁRIA

Diomedes Maria Caliman Berger

GERENTE ESTUDOS E NEGÓCIOS TURÍSTICOS

Ângela Maria Modolo de Assunção

EQUIPE TÉCNICA

Igor Gonçalves Calhau
José Carlos da Silva Oliveira
Mariana Rodrigues Pires
Rafael Granvilla Oliveira

Equipe SEBRAE

DIRETOR-SUPERINTENDENTE

José Eugênio Vieira

DIRETOR DE ATENDIMENTO

Ruy Dias de Souza

DIRETOR TÉCNICO

Benildo Denadai

GERENTE DA UNIDADE DE ATENDIMENTO

AO TURISMO E CULTURA

Renata Agostini Vescovi

GERENTE DA UNIDADE DE ESTRATÉGIA, PLANEJAMENTO E ORÇAMENTO

Daniela Negri

EQUIPE TÉCNICA

Abel Monteiro Júnior

Dênis Pedro Nunes





Mensagem do Senhor Secretário de Estado do Turismo

A Secretaria de Estado do Turismo (SETUR) apresenta o Relatório Estatístico do Turismo no Espírito Santo de 2011 a 2013 contendo os dados compilados das pesquisas realizadas naquele período, por meio de convênios com o SEBRAE-ES. Este trabalho representa o esforço das equipes da SETUR e do SEBRAE, no sentido de disseminar informações a respeito do desenvolvimento do turismo no Espírito Santo.

Em um cenário competitivo como se apresenta este mercado, se faz necessário à gestão sustentável dos destinos, para conhecer a dinâmica de fluxo turístico e o perfil da demanda. Por meio de pesquisas, busca-se conhecer a realidade atual do turismo, criando assim, as bases de dados confiáveis, com vista a orientar as políticas públicas necessárias, para o desenvolvimento do turismo de forma sustentável.

As pesquisas apresentadas a seguir servirão para fundamentar as bases de controle e monitoramento da atividade, auxiliando os gestores e agentes turísticos a otimizar o potencial e mitigar os impactos negativos do turismo. Trata-se de um instrumento capaz de oferecer uma compreensão maior do fenômeno ao apresentar um

retrato da situação do setor no Estado.

Este trabalho apresenta de forma sintética os principais indicadores de monitoramento do turismo no Espírito Santo. Foram avaliados o fluxo e o perfil dos turistas em três temporadas (alta, média e baixa) e o perfil dos turistas participantes de eventos culturais e de negócios dos últimos três anos.

Esta publicação é destinada a gestores públicos e privados ligados à atividade turística, bem como a pesquisadores e estudantes que tenham interesse em conhecer a realidade do turismo no Estado.

"Estamos certos de que esta ferramenta auxiliará a gestão do turismo, indicando os rumos a seguir e o que fazer para garantir que o Espírito Santo esteja entre os melhores e mais procurado destinos do Brasil."

Alexandre Passos – Secretário de Estado do Turismo-ES





Mensagem do Senhor Diretor Superintendente do Sebrae

É com satisfação que o Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas no Espírito Santo (Sebrae ES) apresenta, junto à Secretaria de Estado do Turismo (SETUR), o Relatório Estatístico do Turismo no Espírito Santo de 2011 a 2013.

Este é mais um importante passo da SETUR e do Sebrae no sentido de estimular o turismo nas dez regiões do Estado e as boas práticas de gestão nos estabelecimentos capixabas.

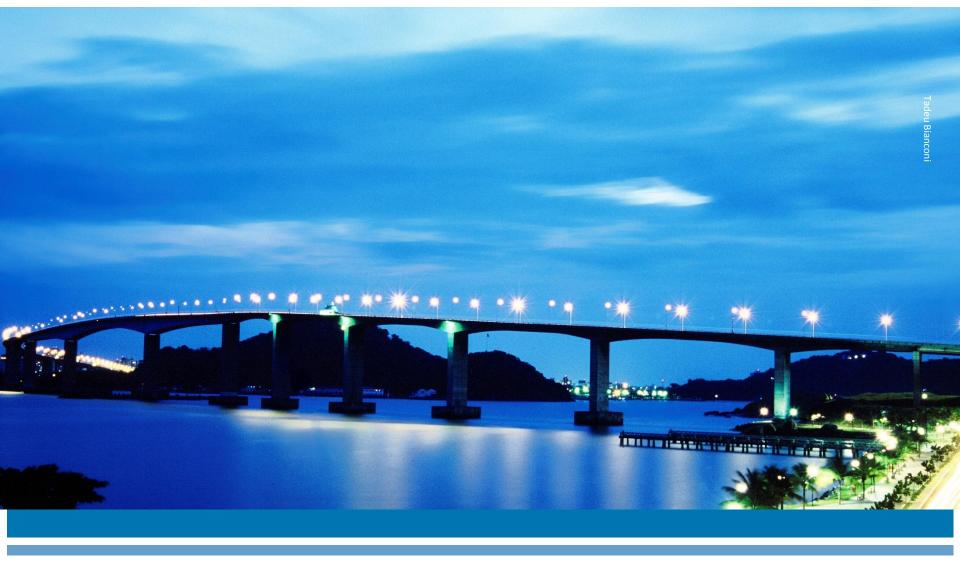
Por meio dessa pesquisa, empresários e prefeituras poderão conhecer o fluxo turístico e o perfil daqueles que visitam o nosso Estado. Dessa forma, os empreendedores do setor poderão se antecipar às demandas e implementar uma gestão sustentável. O poder público, por sua vez, poderá lançar mão dessas informações para orientar políticas públicas em prol do potencial turístico local.

Além de preparar para o futuro, a análise dos principais indicadores de monitoramento nos permite vislumbrar resultados gratificantes de um trabalho coletivo de fomento ao turismo nos últimos anos. Por exemplo, percebemos que mais da metade das pessoas que visitam o Espírito Santo o indicam como um bom destino turístico.

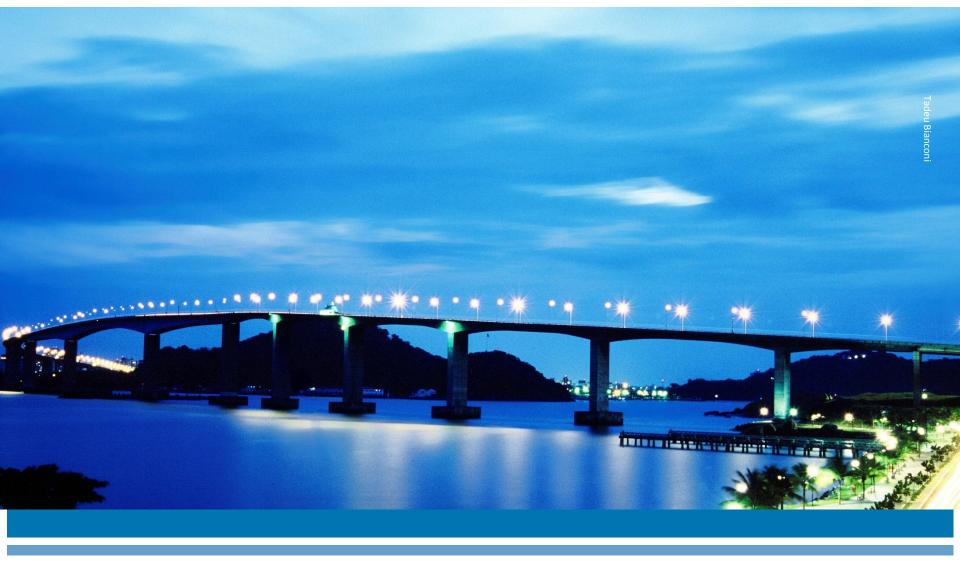
Mais que trazer informações, este relatório consolida vários anos de empenho do Sebrae e da Setur, e abre caminho para novas conquistas do turismo em terras capixabas.

José Eugênio Vieira – Superintendente do Sebrae ES

DADOS PRIMÁRIOS SOBRE HÁBITOS TURÍSTICOS DO ESPÍRITO SANTO	06
RESULTADOS E IMPACTOS DOS EVENTOS ACADÊMICOS E DE NEGÓCIOS NO ESPÍRITO SANTO	52
RESULTADOS E IMPACTOS DOS EVENTOS DE LAZER E CULTURA NO ESPÍRITO SANTO	56
CONSIDERAÇÕES FINAIS	62



DADOS PRIMÁRIOS SOBRE HÁBITOS TURÍSTICOS DO ESPÍRITO SANTO



Metodologia

O presente item tem por objetivo fundamental apresentar os principais resultados que constam nas pesquisas de fluxo e de hábitos do turista, entre os anos de 2011 e 2013. Com isso, encontram-se aqui apresentadas as informações gerais sobre o perfil e os hábitos dos turistas do Espírito Santo durante as pesquisas de fluxo realizadas nestes três anos e em três temporadas distintas.

As três temporadas citadas referem-se a Alta Temporada (Janeiro), que, por sua vez, é o mês que há o maior fluxo de turistas de lazer no Estado, a Média Temporada (representa 2 meses), em que há um incremento no fluxo devido às férias do meio do ano, e, por fim, a Baixa Temporada (representa nove meses), marcada principalmente pelo turismo de negócios.

Deste modo, a seguir, encontra-se o tamanho amostral das pesquisas utilizadas para construção deste item, conforme o ponto de coleta utilizado. Cabe destacar que o tamanho da amostra variou nos diferentes anos, em função da metodologia utilizada, principalmente no que se refere aos pontos de coleta utilizados para realização da pesquisa.

Além disso, estas variações no tamanho amostral e nos pontos de coleta também ocorreram por conta de um primeiro entendimento sobre a dinâmica do fluxo do turista do estado, mas que diante de seu processo construtivo, obtido ao longo dos anos, e do entendimento da necessidade de adoção de uma metodologia única, a Secretaria Estadual de Turismo pretende adotar uma única metodologia para as próximas pesquisas. Esta situação favorecerá a construção de melhores análises comparativas, nos diferentes anos e temporadas, já que os resultados tendem a se basear nas mesmas realidades obtidas durante os anos em que as pesquisas forem realizadas.

Diante desta situação, é importante destacar que muitas das informações aqui apresentadas não são passíveis de comparação, principalmente entre os diferentes anos, uma vez que o local em que a informação está sendo capitada pode interferir na resposta, sendo todos estes casos indicados ao longo do relatório, a partir do momento que surgirem.

Pontos de coleta e tamanho da amostra

		2011			2012		2013			
Pontos de coleta	Alta temporada	Média temporada	Baixa temporada	Alta temporada	Média temporada	Baixa temporada	Alta temporada	Média temporada	Baixa temporada	
Aeroporto	85	60	101	200	404	312	404	400	400	
Estação Ferroviária	20	15	25	25	32	25	31	30	30	
Rodoviária de Vitória	68	40	40	45	42	41	52	50	40	
Rodoviária de Vila Velha	51	40	25	25	33	25	28	38	31	
Rodoviária de Guarapari	66	40	25	25	32	26	27	38	29	
Rodoviária de Conceição da Barra	-	-	-	25	31	25	27	38	25	
Rodoviária de São Mateus	-	-	-	25	31	26	28	38	30	
BR 101 Serra	35	36	48	30	31	21	24	24	-	
BR 101 São Mateus	-	-	-	30	31	22	31	24	8	
BR 101 Safra/Cachoeiro	-	-	-	-	-	21	31	24	35	
BR 262 Viana	36	35	45	-	-	-	-	-	-	
BR 262 Ibatiba	-	-	-	30	30	21	31	24	35	
BR 259 Aimorés / Baixo Guandu	-	-	-	-	-	-	31	24	5	
BR 259 Colatina	-	-	-	30	33	5	-	-	-	
ES 060 Rodovia do Sol / Barra do Jucu	36	34	46	30	35	21	31	24	14	
ES 490 Itapemirim	-	-	-	30	32	22	31	24	23	

Pontos de coleta e tamanho da amostra (continuação)

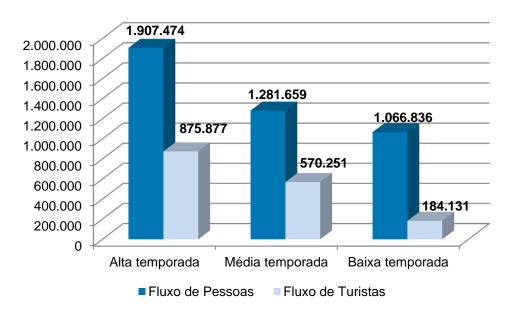
		2011			2012		2013			
Pontos de coleta	Alta temporada	Média temporada	Baixa temporada	Alta temporada	Média temporada	Baixa temporada	Alta temporada	Média temporada	Baixa temporada	
Rota do Sol e da Moqueca	404	200	150	150	-	-	-	-	-	
Rota Caminhos do Imigrante	105	100	35	80	-			-	-	
Rota do Verde e Águas	200	100	100	80	-	-	-	-	-	
Rota do Mar e das Montanhas	92	100	80	80	-	-	-	-	-	
Rota da Costa e da Imigração	295	100	100	80	-	-	-	-	-	
Rota dos Vales e do Café	43	100	100	80	-	-	-	-	-	

Deste modo, a seguir encontram-se o tamanho total da amostra utilizada nas diferentes pesquisas realizadas pela Secretaria Estadual de Turismo, entre os anos de 2011 e 2013.

Número total de entrevistas por temporada, entre 2011 e 2013

Local	AltaTemporada (1 mês)	· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·			
2011	1.536	1.000	920		
2012	1.100	797	613		
2013	807	800	705		

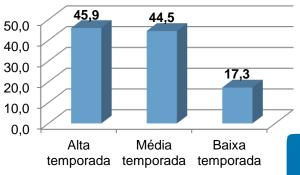
Fluxo de turistas e de pessoas durante as temporadas do ano de 2011





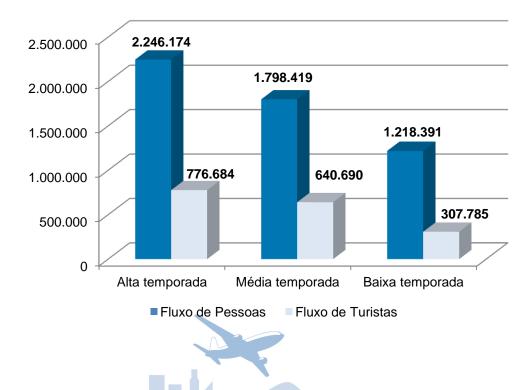
Nota-se que, durante o ano de 2011, dos quase 2 milhões de pessoas identificadas nos pontos de coleta, durante a pesquisa da alta temporada, 45,9% tratavam-se de turistas.

Além disso, no comparativo entre as três temporadas do ano de 2011, percebe-se uma redução no percentual de turistas em relação ao total de pessoas contabilizadas nos pontos de coleta utilizados para realização das pesquisas de 2011. Também ressalta-se a proximidade entre os percentuais de turistas no total de pessoas observados entre os resultados da Alta e da Média temporada. Entretanto, esta alteração decorre da mudança do perfil das pessoas que trafegaram nos pontos de coleta da pesquisa de 2011, de acordo com a respectiva temporada.

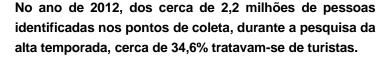


■ % de turistas no total de pessoas

Fluxo de turistas e de pessoas durante as temporadas do ano de 2012

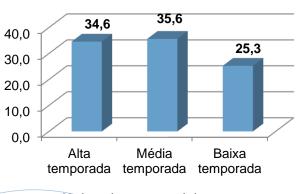


.....

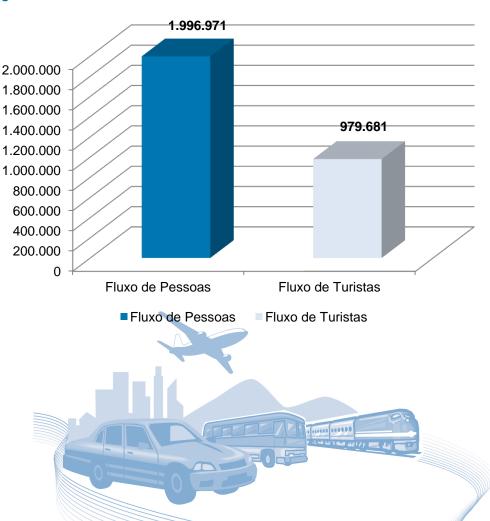


Na comparação entre as três temporadas, observa-se uma superioridade do percentual de turistas no total de pessoas durante a média temporada (com 35,6%), em relação as demais (Alta e Baixa Temporadas). Entretanto, esta alteração decorre da mudança do perfil das pessoas que trafegaram nos pontos de coleta da pesquisa de 2012, de acordo com a respectiva temporada a ser analisada.

Cabe destacar que, devido a necessidade de ajustes metodológicas, houve uma mudança significativa nos pontos de coleta dos dados, já que antes eles se encontravam principalmente na Região Metropolitana, e agora estão mais dispersos no território capixaba.



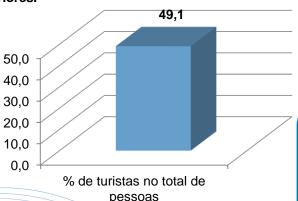
Fluxo de turistas e de pessoas durante a alta temporada do ano de 2013

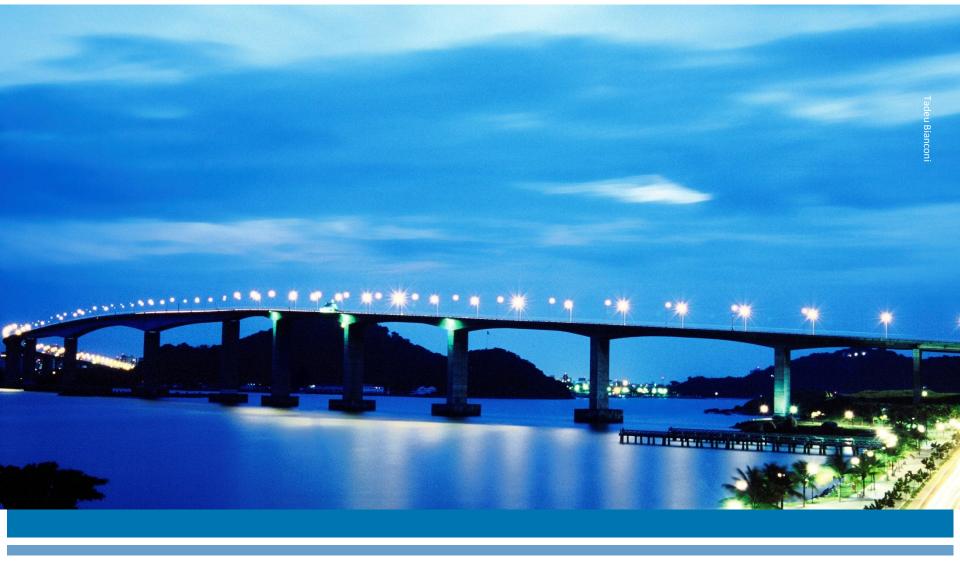


Dada a não realização da pesquisa de fluxo de turistas durante a média e a baixa temporadas, para o ano de 2013 a avaliação entre o número de pessoas e o de turistas encontra-se disponível apenas para a alta temporada.

Assim, verifica-se que dos quase 2,0 milhões de pessoas contabilizadas nos pontos de coleta, 49,1% referiam-se à turistas.

Ainda no que tange à análise entre o número de pessoas e de turistas identificados nos diferentes anos e temporadas, é importante destacar que eles não são passíveis de comparação, dada as mudanças metodológicas descritas anteriormente. Além disso, por causa da necessidade de ajustes metodológicos, os pontos de coleta da pesquisa de 2013 também se encontram diferentes dos praticados nas pesquisas anteriores.





Perfil do turista

Ao observar os resultados relacionados ao país de origem dos entrevistados, verifica-se que mais de 97% de todos os casos são constituídos por brasileiros, em todos os anos e em todas as temporadas. Assim, nota-se que os diferentes pontos de coleta utilizados nas diferentes pesquisas não alteraram esta questão relacionada ao perfil do entrevistado.



País de origem dos turistas

		2011			2012		2013			
País de origem	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada	
Brasil	98,8	99,3	98,9	98,5	98,0	97,4	98,1	97,9	98,0	
Itália	0,4	0,2	0,3	0,3	0,0	0,3	0,4	0,0	0,6	
Estados Unidos	0,2	0,1	0,1	0,3	0,3	0,7	0,7	0,8	0,4	
Portugal	0,3	0,0	0,0	0,3	0,0	0,3	0,1	0,5	0,3	
Outro	0,3	0,4	0,7	0,6	1,7	1,3	0,7	0,8	0,7	
Não sabe / não respondeu	0,1	0,2	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
Número de entrevistas	1.536	1.000	920	1.100	797	613	807	800	705	





Entretanto, quando se avalia o estado de origem dos turistas, é possível perceber algumas diferenças que podem estar relacionadas às alterações nos pontos de coleta. Ou seja, conforme verificado anteriormente, os pontos de coleta nas pesquisas realizadas em 2011 se concentravam principalmente em torno da Região Metropolitana. Porém, nas pesquisas de 2012 e 2013, os pontos de coleta estiveram dispostos de forma mais dispersa no território capixaba, tendo inclusive com maior ênfase nos extremos do estado.

Além disso, durante o ano de 2012, devido aos inúmeros acidentes que ocorreram na BR 101 sul, não foi possível realizar abordagens no posto policial de Safra, em Cachoeiro de Itapemirim, o que, de certa forma, também pode ter contribuído para as mudanças nos resultados apresentados sobre a origem

dos entrevistados, entre 2012 e 2013. Assim, um dos principais reflexos desta situação ocorrida na Safra pode estar relacionado ao desempenho das pessoas originadas do Rio de Janeiro durante o próprio ano de 2012 (já que este ponto foi inserido durante a baixa temporada).

Os resultados apresentados entre os entrevistados originados de Minas Gerais também podem estar relacionados à alteração metodológica, uma vez que, em alguns casos, a pesquisa se concentrou mais nos municípios ao Sul e ao Norte do estado, que fazem fronteira com Rio de Janeiro e Bahia. Já o aumento no caso de São Paulo pode ter relação com o declínio na procura pelos destinos de praia do próprio estado, substituindo-o pelo litoral capixaba na alta e média temporada. Por sua vez, as mudanças na participação de outros estados podem ser reflexo das campanhas publicitárias realizadas pela Setur no último ano.

Estado de origem dos turistas

		2011			2012		2013			
Local	Alta	Média	Baixa	Alta	Média	Baixa	Alta	Média	Baixa	
	temporada	Temporada								
Minas Gerais	43,0	30,9	32,1	34,7	31,6	21,8	30,3	29,5	22,4	
Rio de Janeiro	12,2	13,1	12,1	13,0	15,7	17,1	18,1	22,0	24,6	
São Paulo	6,7	9,1	10,2	6,8	17,4	18,6	17,1	17,9	17,5	
Espírito Santo	27,3	34,7	34,5	32,7	13,6	21,4	13,6	9,8	15,5	
Bahia	1,8	3,1	3,6	5,2	6,1	8,9	4,8	7,4	4,3	
Distrito Federal	2,0	2,0	1,3	2,3	1,1	1,2	2,9	2,9	2,0	
Outros	7,0	7,1	6,2	5,3	14,5	11,0	13,2	10,5	13,7	
Não sabe / não respondeu	0,0	0,0	0,0	0,0	2,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
Número de respondentes	1.518	993	910	1.083	781	597	792	783	691	

Na análise do perfil do entrevistado por sexo, é possível verificar, em todos os casos, uma superioridade na participação percentual na quantidade de homens. Tal fato se relaciona a não determinação na estrutura metodológica da pesquisa, de uma distribuição igualitária no número de pessoas a serem ouvidas, conforme o gênero.



Sexo dos turistas entrevistados

		2011			2012		2013			
Sexo	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada	
Masculino	50,7	56,7	59,3	53,6	58,5	70,1	60,8	62,9	63,1	
Feminino	49,3	43,3	40,7	46,4	41,5	29,9	39,2	37,1	36,9	
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	





Uma informação que pode não ter sido influenciada pelo ponto de coleta das diferentes pesquisas, conforme o ano ou a temporada, relaciona-se à faixa etária. Observa-se que, em todos os casos analisados, há um destaque das faixas que compreendem as idades entre 25 e 59 anos de idade, ou seja, de pessoas que estão na fase adulta.



Faixa etária dos turistas entrevistados

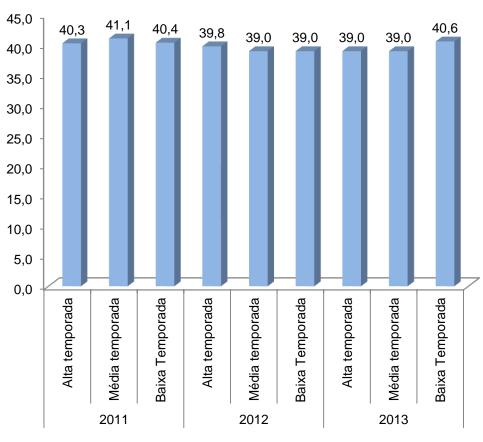
		2011			2012		2013			
Idade	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada	
De 18 a 24 anos	15,0	13,8	16,2	18,2	16,8	11,8	13,8	14,0	10,9	
De 25 a 39 anos	35,2	37,5	37,4	35,1	42,0	45,4	43,0	41,1	40,6	
De 40 a 59 anos	41,4	39,4	36,0	37,8	33,4	35,2	37,7	35,0	34,6	
60 anos ou mais	8,3	9,3	10,4	8,8	7,7	7,7	5,6	8,6	12,2	
Não respondeu	0,1	0,0	0,0	0,1	0,1	0,0	0,0	1,3	1,7	
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	





Deste modo, com base na distribuição populacional por faixa etária, calculou-se as idades médias apresentadas pelos entrevistados nos diferentes anos e temporadas. O menor valor apresentado ocorreu entre a média temporada de 2012 e a média de 2013, com 39,0 anos de idade. Por outro lado, o maior ocorreu durante a média temporada de 2011, que, por sua vez, teve um valor igual a 41,1 anos de idade.

Idade média dos turistas entrevistados



■ Idade média (em anos)





Outra informação que não foi afetada pelos diferentes pontos de abordagem das pesquisas de fluxo refere-se ao estado civil dos entrevistados, uma vez que, durante todo momento, ocorreu uma superioridade das pessoas que são casadas, seguidas pelos solteiras.

Estado civil dos turistas entrevistados

		2011			2012		2013		
Estado civil	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada
Solteiro(a)	30,2	30,7	33,8	35,0	39,5	35,9	36,3	34,9	31,5
Casado(a)	60,9	59,1	55,5	56,1	53,2	54,0	53,4	54,4	56,3
Separado(a)	4,9	6,3	5,0	6,2	4,6	4,9	5,3	2,3	2,3
Divorciado(a)	0,0	0,0	1,6	0,0	0,0	0,0	0,0	4,6	5,2
Viúvo(a)	3,1	3,5	3,6	2,5	1,8	1,5	1,5	2,9	2,1
União Estável	0,0	0,0	0,4	0,0	0,0	1,1	0,4	0,8	2,0
Não sabe / não respondeu	0,8	0,0	0,0	0,1	0,3	1,1	3,1	0,3	0,6
Outro	0,0	0,4	0,0	0,1	0,6	1,5	0,0	0,0	0,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Número de respondentes	1.536	1.000	920	1.100	797	613	807	800	705





Sobre a escolaridade, embora tenha tido uma superioridade na participação percentual das pessoas com Ensino Superior em quase todas as situações relacionadas entre 2011 e 2013, é possível perceber algumas mudanças estruturais quando se analisa apenas entre as temporadas. Uma destas situações se

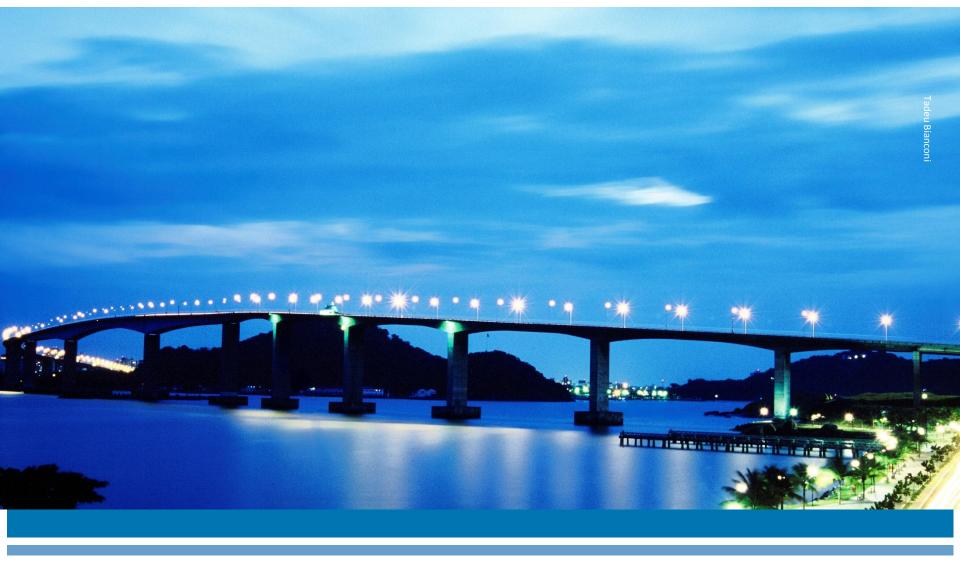
relaciona à baixa temporada, tendo em vista que a participação dos entrevistados com Ensino Superior alterou, chegando a resultados como 34,1%, em 2011, 31,5%, em 2012, e 37,4%, em 2013.

Escolaridade dos turistas entrevistados

		2011			2012		2013		
Escolaridade	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada
Sem instrução formal	0,3	0,5	0,4	0,2	0,1	0,8	0,1	0,4	0,9
Ensino Fundamental	13,1	14,3	16,4	13,8	11,3	11,3	11,5	11,8	12,9
Ensino Médio	38,7	32,8	37,1	35,8	27,4	32,8	31,0	32,4	32,9
Curso Técnico	0,0	0,0	0,0	-	-	-	-	2,0	1,4
Ensino Superior	39,5	40,3	34,1	39,1	41,9	31,5	41,6	38,9	37,4
Pós-graduação / Mestrado / Doutorado	8,5	12,1	12,0	10,9	19,3	19,9	15,3	14,5	13,9
Outros	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	-	0,0	0,1	0,6
NS/NR	0,8	0,0	0,0	0,2	0,0	3,8	0,5	-	-
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Número de respondentes	1.536	1.000	920	1.100	797	613	807	800	705







Transporte e locomoção

Meio de transporte utilizado para chegar ao destino final

Meio de transporte		2011			2012		2013			
utilizado para chegar ao destino final	Alta temporada*	Média temporada*	Baixa Temporada*	Alta temporada*	Média temporada*	Baixa Temporada*	Alta temporada*	Média temporada	Baixa Temporada	
Automóvel	67,7	67,3	53,6	62,9	49,4	52,9	60,3	24,8	17,7	
Trem	3,3	2,4	6,0	1,8	2,8	2,3	2,4	3,5	3,1	
Avião	13,2	17,5	23,6	22,5	52,6	49,3	47,5	49,9	56,3	
Ônibus	25,2	23,9	33,8	26,9	23,2	25,9	22,4	16,7	12,5	
Navio	0,0	0,0	0,1	0,0	0,1	0,2	0,0	0,0	0,1	
Táxi	1,0	7,1	12,3	7,7	5,3	13,1	14,7	0,0	0,1	
Outro	1,5	5,3	2,5	3,0	3,0	0,5	2,1	0,0	1,0	
Não sabe / não respondeu	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	4,9	9,2	
Total	111,9	123,5	131,9	124,8	136,5	144,2	149,4	100,0	100,0	
Número de respondentes	1.536	1.000	920	1.100	797	613	807	800	705	

^{*}O entrevistado podia responder mais de uma opção de resposta.

A distribuição dos pontos de coleta certamente contribuiu com os resultados apresentados pelos diferentes modais de transporte, tendo em vista o número de entrevistas que foram realizadas no aeroporto, ferroviária, rodoviária ou nas próprias rodovias do estado. Tal fato pode ser demonstrado na análise do modal aéreo, durante os diferentes anos e temporadas, como meio utilizado para chegar ao destino final. Observa-se que esta opção teve maiores resultados durante a média e a baixa temporada de 2012 e as temporadas de 2013.



Gastos

No que tange aos gastos com alimentação, é possível notar que a parcela de pessoas que não realizaram gastos alterou de forma significativa entre as diferentes temporadas e anos, tendo apresentado como pico a baixa temporada de 2013.

Entretanto, uma das questões que podem justificar esta situação refere-se ao maior número de entrevistas realizadas no aeroporto de Vitória e o perfil das pessoas que circulam neste local, que, na maioria das vezes, relaciona-se a empresários ou funcionários que estão viajando à trabalho. Assim, possivelmente os gastos com alimentação foram custeados pela empresa. Esta situação também pode ser analisada a partir dos resultados sobre a finalidade da viagem, apresentados a seguir.

Gastos com alimentação

		2011			2012		2013			
Gastos com alimentação	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada	
0 a 100 reais	16,7	31,5	31,6	22,1	30,4	29,7	27,3	25,3	28,8	
101 a 200 reais	12,9	16,8	18,0	13,5	17,4	23,0	18,6	16,4	15,2	
201 a 300 reais	12,8	13,0	11,1	11,8	10,8	10,8	10,9	9,9	6,7	
301 a 400 reais	8,3	5,9	5,8	9,4	7,9	5,2	5,0	6,6	3,5	
401 a 500 reais	8,5	6,3	6,8	8,4	6,5	3,1	7,6	5,5	3,8	
501 a 1.000 Reais	14,9	11,6	7,2	11,2	6,9	4,9	9,1	9,0	5,0	
Acima de 1.000 reais	11,8	4,0	3,0	9,0	2,5	2,5	4,8	2,8	1,1	
Não realizou gasto	10,9	10,1	13,7	11,0	16,6	18,4	14,8	24,5	35,9	
Não sabe / não respondeu	3,0	0,8	2,8	3,7	1,1	2,5	2,1	0,1	0,0	
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	





Da mesma forma como observado nos gastos com alimentação, os relacionados às compras também tiveram variações significativas na opção de pessoas que não realizaram gastos.

Assim, esta situação também pode relacionar-se ao perfil das pessoas que trafegam em maior número em determinados pontos de coleta (como aeroporto), em detrimento das características e finalidades das viagens dos que utilizam outros modais de transporte (ferroviário e rodoviário), já que aquele tratam-se de pessoas relacionadas ao turismo de negócios.

Gastos com compras

		2011			2012		2013			
Gastos com compras	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada	
0 a 100 reais	22,7	26,7	25,1	24,5	22,5	24,5	20,6	17,9	15,3	
101 a 200 reais	16,9	15,7	12,3	16,0	10,8	7,7	13,1	8,4	7,0	
201 a 300 reais	10,8	9,8	6,2	7,5	7,2	3,4	8,3	4,3	3,3	
301 a 400 reais	4,6	3,7	2,3	4,7	4,1	2,9	2,9	2,6	1,4	
401 a 500 reais	4,8	4,9	3,3	3,8	4,6	2,8	4,3	4,8	1,6	
501 a 1.000 Reais	5,7	4,1	3,2	6,0	4,8	4,7	4,5	4,1	2,3	
Acima de 1.000 reais	3,7	2,2	1,8	3,6	2,6	3,9	3,5	1,7	2,6	
Não realizou gasto	27,5	31,7	44,8	32,6	41,5	49,3	41,6	56,3	66,7	
Não sabe / não respondeu	3,1	1,2	1,2	1,4	1,9	0,8	1,24	-	-	
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	





As alterações nos gastos com atrativos e passeios também podem ser notados a partir da Tabela a seguir. Desta maneira, observa-se que o percentual de pessoas que não realizaram este tipo de gasto chegou a 75,3%, durante a baixa temporada de 2013.

Esta situação também pode estar relacionada ao maior número de pessoas que trafegam nos aeroportos, tendo como finalidade o turismo de negócios.

Gastos com atrativos e passeios

		2011			2012		2013			
Gastos com atrativos e passeios	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada	
0 a 100 reais	28,6	32,8	30,5	26,9	31,5	24,3	20,6	17,0	12,9	
101 a 200 reais	18,3	17,3	12,9	16,8	14,2	9,1	13,8	9,4	5,7	
201 a 300 reais	9,8	8,5	4,8	9,1	7,4	4,4	7,8	5,0	2,0	
301 a 400 reais	4,0	3,3	5,2	5,1	5,0	2,3	2,6	1,9	0,4	
401 a 500 reais	5,0	3,5	2,9	5,0	3,8	1,5	5,5	2,9	1,6	
501 a 1.000 Reais	4,8	3,7	4,0	6,1	2,6	1,5	3,2	3,1	1,3	
Acima de 1.000 reais	3,1	1,1	0,9	2,7	1,0	2,1	2,0	1,2	0,9	
Não realizou gasto	23,0	28,8	37,6	26,3	32,9	54,2	43,4	59,5	75,3	
Não sabe / não respondeu	3,3	1,0	1,0	2,0	1,6	0,0	0,0	0,0	0,0	
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	





Ao comparar a participação de pessoas que não realizaram gastos com o deslocamento interno em relação a todos os demais gastos, percebe-se que aqueles foram os que tiveram as menores oscilações durante os diferentes anos e temporadas.

E, quando se analisa estes resultados, entre os que realizaram gastos, é possível identificar que a faixa que se destacou, durante todo o período avaliado, em números percentuais, foi a de R\$ 0,00 a R\$ 100,00.

Gastos com deslocamento interno

		2011			2012		2013			
Gastos com deslocamento interno	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada	
0 a 100 reais	41,4	47,7	46,4	48,4	43,2	34,6	34,2	32,3	40,6	
101 a 200 reais	8,2	8,2	6,1	8,7	8,0	9,0	7,4	14,8	13,9	
201 a 300 reais	3,7	2,3	2,4	3,1	3,4	4,2	4,1	8,8	4,8	
301 a 400 reais	0,8	1,0	1,8	0,6	1,1	1,8	2,7	4,0	2,3	
401 a 500 reais	1,2	1,0	1,1	1,2	1,6	1,0	1,0	3,1	2,8	
501 a 1.000 Reais	1,0	0,8	0,9	1,5	1,6	2,3	3,1	3,0	3,4	
Acima de 1.000 reais	0,7	0,3	0,5	0,8	0,4	1,0	0,5	2,5	1,6	
Não realizou gasto	40,2	38,3	38,5	33,5	39,1	43,4	44,9	31,5	30,6	
Não sabe / não respondeu	2,7	0,4	2,3	2,2	1,5	2,8	2,1	0,1	0,0	
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	





Já os gastos com hospedagem, apesar de terem percentuais reduzidos de pessoas que não realizaram gastos durante os anos de 2011 e 2012 e na alta temporada de 2013, a parcela de pessoas que escolheu esta opção de resposta superou a metade do número de respondentes (mais de 50%) na média e na baixa temporadas de 2013. Ou seja, mais da metade das pessoas entrevistadas não realizaram gastos com hospedagem, sendo tal fato, possivelmente influenciado pelas diferentes metodologias

adotadas entre os anos e ao perfil das pessoas que trafegam no diferentes pontos de coleta utilizados.

Esta informação relacionada ao perfil e ao motivo da viagem dos turistas capixabas também foi verificado a partir de uma análise mais detalhada de cada um dos bancos de dados das pesquisas relacionadas (nos diferentes anos e temporadas).

Gastos com hospedagem

		2011			2012		2013			
Gastos com hospedagem	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada	
0 a 100 reais	4,3	13,6	16,0	7,7	6,6	7,1	5,6	2,6	5,5	
101 a 200 reais	6,5	12,6	20,0	12,0	9,9	18,6	13,4	5,5	8,7	
201 a 300 reais	7,0	8,7	7,6	8,3	13,3	10,6	12,8	4,6	6,2	
301 a 400 reais	6,5	6,1	9,1	7,1	7,7	10,6	9,8	3,9	4,0	
401 a 500 reais	6,1	5,4	8,4	5,7	15,5	10,3	6,1	3,1	5,1	
501 a 1.000 Reais	22,1	18,2	14,1	17,4	16,6	17,0	19,2	9,1	8,4	
Acima de 1.000 reais	26,7	14,7	5,7	26,2	10,8	11,9	17,6	6,8	3,3	
Não realizou gasto	13,6	16,5	10,5	4,9	26,2	3,5	5,6	64,3	58,9	
Não sabe / não respondeu	6,1	4,1	8,6	10,7	3,0	10,6	10,0	0,1	0,0	
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	





Deste modo, encontram-se, a seguir, os gastos médios realizados pelos entrevistados nos diferentes anos e temporadas. Neste caso, cabe destacar que, além das influências relacionadas aos diferentes pontos de coleta utilizados em cada uma das pesquisas, há o fato de o tempo de permanência dos entrevistados ter diminuído ao longo do tempo. Assim, tanto os

valores do gasto, como do tempo de permanência do turista podem ter sido afetados pelas diferentes metodologias utilizadas durante as seis situações apresentadas entre 2011 e 2013.

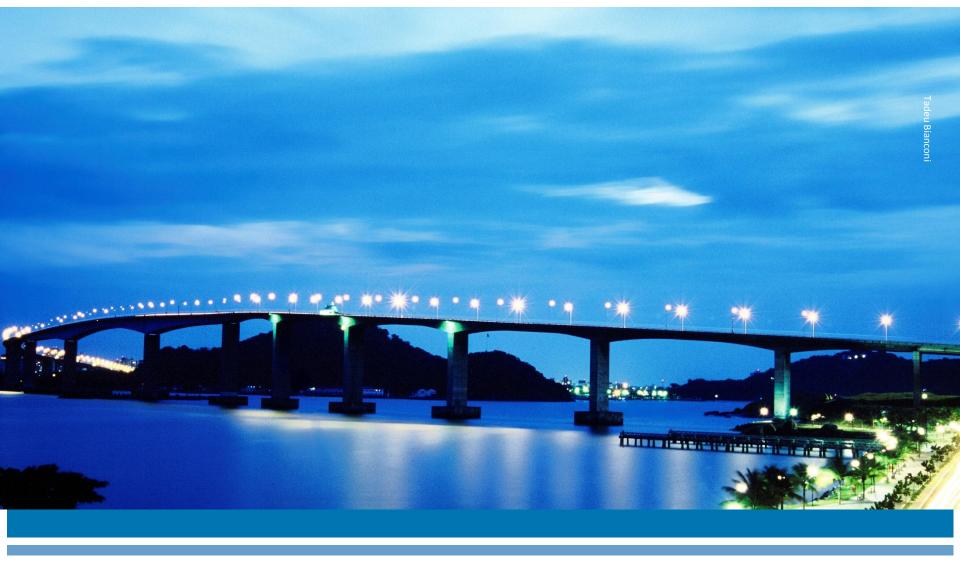
Comparativos dos gastos médios* (apenas dos que realizaram gastos)

		2011			2012		2013			
Gastos médios	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada	
Com alimentação (em R\$)	537,10	260,35	262,63	469,78	281,52	261,79	328,49	337,33	255,10	
Com compras (em R\$)	251,50	201,50	142,67	323,91	311,50	355,33	305,67	370,44	410,58	
Com atrativos e passeios (em R\$)	234,92	169,06	144,51	286,91	210,60	233,07	262,69	282,69	251,28	
Com deslocamento interno (em R\$)	81,59	98,97	76,54	129,06	132,02	175,06	161,81	242,03	204,05	
Com hospedagem (em R\$)	918,73	443,04	205,72	859,47	628,88	575,47	697,20	721,42	502,62	

^{*} A preços médios de 2013, deflacionados pelo IGP-DI.







Frequência e permanência

Sobre a frequência com que vem ao Espírito Santo, na maioria dos casos, houve uma participação equilibrada e alternando entre os resultados primeira vez, uma vez por ano, duas vezes por ano e mais de 2 vezes por ano.

O resultado referente à primeira vez que o turista veio ao Espírito Santo teve seu destaque durante a alta temporada de 2012.

Entretanto, ainda sobre a frequência com que vem ao Espírito Santo, é importante destacar que, em função dos ajustes metodológicos, esta questão sofreu alterações ao longo dos anos e temporadas, de modo a também contemplar o turista originado do próprio estado.

Frequência com que vem ao Espírito Santo (%)

		2011			2012		2013			
Frequência	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada	
Primeira vez	11,1	16,9	14,7	18,6	15,6	16,0	16,7	14,2	15,7	
Uma vez por ano	34,0	23,7	16,5	35,7	16,8	9,6	23,4	17,1	14,2	
Duas vezes por ano	8,3	13,0	9,7	10,7	11,0	6,2	9,2	13,5	9,7	
Mais de 2 vezes por ano	12,4	24,3	40,1	20,2	39,3	58,7	33,8	38,2	38,5	
Uma vez nos últimos dois anos	-	-	-	-	-	-	-	1,8	1,2	
Não tem frequência	8,3	18,6	19,1	14,7	17,3	9,5	16,6	15,3	18,6	
Não sabe / não respondeu	26,1	3,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2	0,0	0,0	
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	





O município capixaba em que o entrevistado passou a maior parte do tempo certamente também foi influenciado pelos pontos de coleta para realização das pesquisas, nos diferentes anos e temporadas. Entretanto, cabe destacar que, em todos os casos, os resultados mais significativos ocorreram nos municípios de Vitória, Vila Velha e Guarapari.

Município que o entrevistado passou a maior parte do tempo

		2011			2012		2013			
Município	Alta	Média	Baixa	Alta	Média	Baixa	Alta	Média	Baixa	
	temporada									
Vitória	11,6	11,7	17,1	14,1	31,5	37,9	26,8	25,5	32,9	
Vila Velha	13,8	14,1	13,3	12,2	18,4	16,5	16,2	18,4	17,7	
Guarapari	15,9	11,7	8,2	13,7	12,2	7,3	15,9	14,7	10,9	
Serra	9,8	7,4	9,8	7,5	8,3	7,7	7,7	7,8	6,8	
São Mateus	5,3	4,1	7,6	7,1	4,9	5,2	5,3	4,1	5,0	
Conceição da Barra	2,5	3,8	3,4	4,3	5,9	4,1	4,3	5,4	3,4	
Marataízes	6,1	3,4	1,3	5,1	2,5	3,1	3,2	1,9	1,8	
Aracruz	3,6	2,8	0,3	3,0	1,8	0,0	2,9	2,2	1,4	
Anchieta	6,1	3,3		2,9	0,4	0,0	2,5	1,4	1,1	
Cariacica	1,5	1,4		2,3		2,1	2,5	2,7	3,1	
Piúma	7,7	4,3	5,1	4,0	2,3	0,0	2,5	1,0	1,6	
Outros	16,1	32,0	25,7	23,8	9,9	16,1	10,2	14,9	14,3	
Não Respondeu	1,1	0,0	0,3	0,1	0,8	0,0	0,0	1,1	0,7	
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	





As diminuições no tempo médio de permanência dos turistas, citados no item sobre os gastos, podem ser analisadas a seguir.

Observa-se que a referida diminuição ocorreu durante a alta temporada, chegando ao ano de 2013 com um resultado igual a 8,2 dias, sendo este desempenho, provavelmente, influenciado pelos diferentes pontos de coleta, conforme citado anteriormente.

Tempo de permanência neste município

		2011			2012		2013			
Tempo de permanência	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada	
Um	5,8	4,9	4,7	7,6	3,4	12,4	9,3	12,4	18,7	
Dois	6,3	14,7	22,0	9,6	16,7	22,5	16,2	12,0	20,6	
De 3 a 7 dias	39,8	51,2	50,0	44,8	54,2	43,1	41,0	45,4	39,6	
De 8 a 14 dias	22,3	15,6	10,8	14,6	14,2	7,8	13,6	13,6	6,4	
De 15 a 21 dias	13,8	7,6	5,5	11,5	6,6	5,7	11,9	7,8	5,4	
De 22 a 30 dias	6,8	2,3	3,7	6,4	2,5	3,9	4,3	3,4	3,1	
Mais de 30 dias	4,9	3,4	3,4	5,4	2,3	4,4	3,1	4,1	3,4	
Não Sabe/ Não respondeu	0,3	0,3	0,0	0,0	0,1	0,2	0,5	1,4	2,8	
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	

Tempo médio de permanência neste município

	2011				2012		2013			
Tempo de permanência	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada	
Tempo de permanência médio neste município (em dias)	10,9	7,1	7,3	10,3	7,3	7,0	8,2	10,5	7,4	





Ao analisar os resultados sobre o principal motivo pela escolha do respectivo destino escolhido pelo turista, destaca-se que o desempenho individual das respostas também pode estar relacionado ao respectivo ponto de coleta em que a entrevista foi realizada. Assim, pode-se inferir que, em alguns casos como no ano de 2013, os resultados podem ter sofrido alteração em função do elevado número de entrevistas realizadas no aeroporto, quando se compara aos demais.

Principal motivo pela escolha deste destino

		2011			2012		2013			
Motivo	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada	
Trabalho/Negócios	9,4	15,7	26,4	13,5	26,1	47,3	26,9	29,1	43,5	
Lazer/Passeio	37,5	21,3	20,7	27,1	17,0	8,2	21,6	31,0	29,2	
Rever amigos e Família	28,0	26,9	29,6	34,5	39,1	31,7	35,7	32,3	17,9	
Estudos ou Cursos	0,0	0,3	2,8	0,5	1,2	-	1,5	1,9	4,0	
Saúde	0,5	2,0	1,4	1,0	0,8	2,1	1,6	2,3	1,7	
Congressos e Convenções	0,1	1,6	0,5	0,0	2,9	-	0,1	1,1	1,3	
Religião/Peregrinação	0,0	0,1	0,7	0,0	-	-	0,1	0,1	0,6	
Compras	0,0	0,0	0,1	0,2	-	-	0,0	0,0	0,1	
Outro	20,3	32,0	17,8	23,4	12,8	10,7	12,5	2,3	1,7	
Não sabe / não respondeu	4,3	0,1	0,0	0,3	0,1	-	-	-	-	
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	





Entre todas as atividades desenvolvidas nos municípios em que os turistas ficaram hospedados, a opção com maior número de respondentes foi a diversão noturna, relacionado ao consumo em bares, restaurantes e boates.

Já em relação ao ano de 2013, nota-se o destaque também dos contatos profissionais, que pode estar relacionado às diferenças de público entre todos os pontos de coleta utilizados para realização das pesquisas.

Atividade desenvolvida no município que ficou hospedado*

		2011			2012		2013			
Motivo	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada	
Assistiu eventos esportivos	6,8	5,1	5,8	1,9	1,6	-	1,4	0,0	1,1	
Atividades na Natureza	0,0	0,0	0,0	0,0	-	-	0,0	5,8	2,1	
Conheceu pratos e comidas típicas	14,4	12,8	10,5	16,5	9,5	11,3	13,1	2,6	8,4	
Conhecer pontos turísticos	21,1	22,0	13,8	25,2	18,2	8,0	15,5	0,0	0,0	
Contatos Profissionais	0,0	0,0	0,0	0,0	-	-	0,0	7,3	31,2	
Diversão Noturna (bares / restaurantes / boates)	46,3	51,6	57,1	62,1	57,5	54,0	49,2	26,4	27,4	
Fez visitas a parque temáticos	6,4	6,4	2,1	5,1	1,4	-	1,7	0,8	1,7	
Frequentou praias/tomar sol/Cachoeiras	75,3	51,6	47,5	66,5	54,0	31,5	56,4	13,6	33,9	
Praticou esportes recreacionais	9,3	9,9	7,9	8,6	7,0	12,2	12,6	3,0	2,4	
Visita a atrativos histórico-Culturais	8,4	18,1	3,2	11,2	10,2	5,1	4,8	0,3	8,4	
Não sabe / não respondeu	0,4	0,5	0,9	0,2	0,4	0,0	1,8	18,4	8,5	
Outro	8,6	15,8	20,3	10,5	18,2	27,4	0,7	22,0	28,8	
Total	197,0	193,8	169,1	207,8	178,0	149,5	157,2	100,2	153,9	
Número de entrevistas	1.536	1.000	920	1.100	797	613	807	800	705	

^{*} O entrevistado podia responder mais de uma opção de resposta.





Sobre os acompanhantes durante a viagem ao Espírito Santo, na maioria dos casos, as principais opções de resposta estavam relacionadas a "sozinho" ou a "em família". Cabe destacar que este, assim como o número de pessoas que o acompanharam, também são variáveis que podem ser impactadas pelas diferenças metodológicas, conforme explicado anteriormente.

Quem acompanhou na viagem

		2011			2012		2013			
Quem o acompanhou na viagem	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada	
Sozinho	16,7	25,2	41,0	28,2	42,5	67,2	47,8	-	53,8	
Em grupo/Amigos	9,9	11,8	11,4	8,2	10,9	10,6	8,3	-	12,6	
Casal	10,8	12,3	14,0	10,1	12,0	7,0	8,9	-	10,9	
Em família	59,8	48,6	29,9	50,9	31,7	14,7	34,7	-	18,9	
NS/NR	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2	0,0	-	0,1	
Outro	2,9	2,1	3,6	2,6	2,8	0,3	0,1	-	3,7	
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	-	100,0	







Quantas pessoas o acompanharam *

		2011			2012		2013			
Quantas pessoas o acompanharam nesta viagem	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada	
Uma	20,0	44,3	42,5	25,3	35,6	54,2	37,5	37,5	56,4	
De 2 a 4 pessoas	57,5	48,2	46,4	56,8	53,5	40,8	57,3	48,6	34,7	
De 5 a 7 pessoas	9,6	3,2	3,1	9,2	6,3	3,0	2,9	7,9	5,2	
De 8 a 10 pessoas	4,8	1,6	1,5	2,8	1,7	1,0	1,4	1,9	0,9	
De 11 a 13 pessoas	0,3	0,1	0,2	0,7	1,1	0,0	0,7	0,4	0,9	
14 ou mais pessoas	7,8	2,6	6,3	5,0	0,7	1,0	0,2	2,1	1,5	
Não sabe / não respondeu	0,0	0,0	0,0	0,1	1,1	0,0	0,0	1,5	0,3	
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
Número de respondentes	1.273	743	543	760	458	201	421	467	326	

* Como em alguns casos houveram variações nas opções de respostas, no momento em que estas situações ocorreram, optou-se por fazer distribuições proporcionais de modo a manter uma uniformidade nas opções de resposta.





Na maioria das entrevistas realizadas ocorreu um domínio do percentual de pessoas que organizaram a própria viagem. Entretanto, durante o ano de 2013 este cenário alterou, principalmente durante a baixa temporada, já que a empresa em que trabalha teve uma importância significativa. Sendo esta

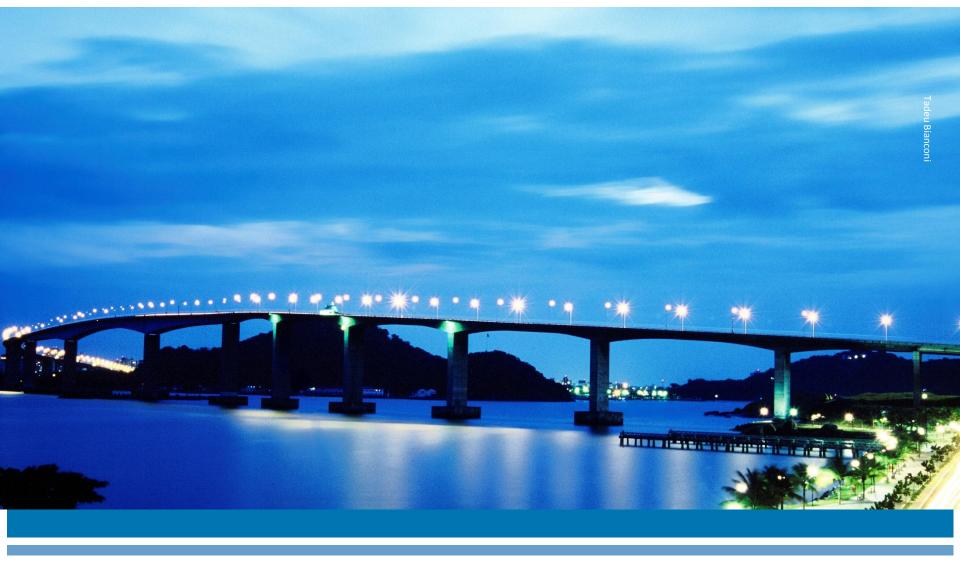
situação uma das que ilustram os efeitos das diferenças metodológicas entre os três anos, conforme mencionado anteriormente.

Organização da viagem

		2011			2012		2013			
Como a viagem foi organizada	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada	
Agência de viagens	0,7	1,3	0,3	0,5	5,4	13,9	7,1	8,5	6,7	
Eu mesmo organizei	93,7	98,1	80,4	89,8	88,1	67,4	86,4	72,6	57,3	
Empresa em que trabalha	0,0	0,0	16,5	7,6	0,0	7,7	0,0	18,6	35,5	
Instituição onde Estuda	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,3	0,6	
Outro	2,5	0,4	2,4	2,1	0,6	0,5	0,0	0,0	0,0	
Não sabe / não respondeu	3,2	0,2	0,3	0,0	5,9	0,2	6,6	0,0	0,0	
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	







Avaliação da infraestrutura

Os resultados relacionados ao local de hospedagem apresentaram variações entre as diferentes temporadas dos anos de 2011 e 2013. Cabe destacar que um dos principais motivos que podem estar relacionados a estas oscilações, relacionam-se as mudanças metodológicas utilizadas nas pesquisas em questão, conforme citado anteriormente.

Local de hospedagem

		2011			2012		2013			
Local de hospedagem	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada	
Hotel	13,0	21,8	30,4	17,2	28,6	41,8	29,5	30,3	45,7	
Casa de parentes/amigos	39,3	37,4	39,8	45,6	47,7	43,7	47,3	45,5	36,2	
Apto/Casa Própria	9,8	8,7	8,6	9,5	6,6	5,4	7,6	9,4	6,1	
Pousada	9,6	8,0	10,9	9,5	7,4	4,6	7,3	5,6	4,5	
Apto/Casa Alugada	21,2	14,1	8,6	15,6	6,1	3,4	6,6	6,6	4,4	
Camping	0,7	5,2	0,2	1,4	1,6	0,0	0,3	0,1	0,6	
Outro	4,2	4,3	1,4	1,3	1,8	1,0	1,5	2,5	2,1	
Não sabe / não respondeu	2,1	0,5	0,1	0,0	0,1	0,2	0,0	0,0	0,4	
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	





Ao questionar os entrevistados que utilizaram os serviços de hospedagem (de hotéis e pousadas), nota-se que a grande maioria os avaliou de maneira positiva (ótimo ou bom), em todas as pesquisas realizadas, tanto no que se refere à infraestrutura, quanto ao atendimento.

Avaliação da infraestrutura da hospedagem

		2011			2012		2013			
Avaliação da infraestrutura dos hotéis	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada	
Ótimo	26,4	26,5	28,4	28,0	24,7	23,9	27,5	21,0	27,7	
Bom	55,7	55,7	52,4	56,7	51,0	52,8	52,0	55,6	54,5	
Regular	13,2	13,8	16,8	11,6	20,1	19,4	15,8	19,4	13,6	
Ruim	1,7	2,7	1,6	2,0	2,4	3,2	2,0	3,5	3,1	
Péssimo	0,9	1,0	0,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
Não sabe / não respondeu	2,0	0,3	0,3	1,7	1,7	0,7	2,7	0,6	1,0	
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
Número de respondentes	348	298	380	293	288	284	297	315	382	





Avaliação do atendimento na hospedagem

		2011			2012		2013			
Avaliação do atendimento nos hotéis	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada	
Ótimo	30,2	31,5	31,3	33,8	27,1	27,8	33,8	23,1	30,3	
Bom	58,3	55,4	54,2	54,3	56,3	62,3	52,5	66,1	57,2	
Regular	8,3	10,4	12,1	9,2	11,1	8,8	10,0	8,3	8,3	
Ruim	1,4	0,7	1,1	1,7	2,4	0,4	0,7	1,9	3,3	
Péssimo	0,0	1,7	1,1	0,7	2,8	0,7	2,7	0,6	0,8	
Não sabe / não respondeu	1,7	0,3	0,3	0,3	0,3	0,0	0,0	0,0	0,0	
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
Número de respondentes	348	298	380	293	288	284	297	312	360	





Da mesma forma que o ocorrido nas avaliações das hospedagens, ao questionar os entrevistados que utilizaram os serviços de restaurantes, nota-se que a grande maioria os avaliou de maneira positiva (ótimo ou bom), em todas as pesquisas realizadas (tanto na infraestrutura, quanto no atendimento).

Avaliação da infraestrutura nos restaurantes

		2011			2012		2013			
Avaliação da infraestrutura dos restaurantes	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada	
Ótimo	15,3	15,0	18,4	18,3	20,2	15,1	17,4	17,8	19,8	
Bom	63,8	60,6	58,4	60,3	58,3	66,6	62,3	63,7	66,2	
Regular	17,1	19,5	19,0	17,5	18,2	15,5	17,1	15,5	11,4	
Ruim	2,5	3,5	2,6	3,1	1,9	1,4	2,6	2,9	2,3	
Péssimo	1,3	1,3	1,5	0,6	1,3	1,4	0,6	-	0,3	
Não sabe / não respondeu	0,0	0,0	0,0	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
Número de respondentes	1.229	819	777	941	672	514	689	342	394	



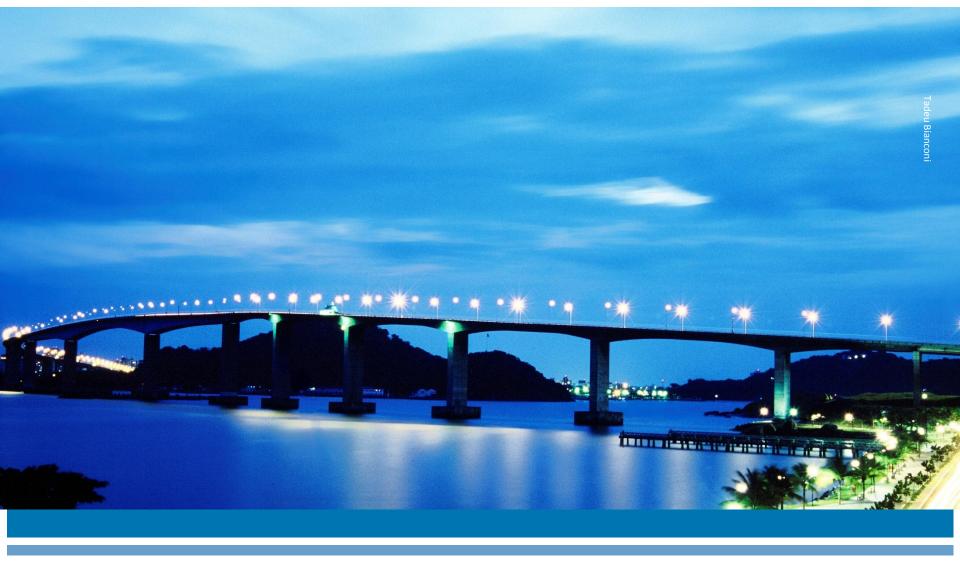


Avaliação do atendimento nos restaurantes

		2011			2012		2013			
Avaliação do atendimento nos restaurantes	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada	
Ótimo	13,9	16,7	19,1	16,2	18,5	15,9	15,6	20,8	25,6	
Bom	64,2	62,0	58,4	61,5	61,3	65,0	62,3	67,3	60,8	
Regular	16,4	17,2	18,1	15,5	14,8	14,6	15,64	9,9	9,5	
Ruim	3,4	2,6	2,5	4,1	2,7	2,2	3,7	1,5	3,8	
Péssimo	2,1	1,6	1,9	2,3	2,7	2,4	2,8	0,6	0,3	
Não sabe / não respondeu	0,0	0,0	0,0	0,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
Número de respondentes	1.217	816	774	941	669	512	688	342	390	







Avaliação dos serviços prestados

De maneira geral, a avaliação dos serviços prestados na área do turismo do Espírito Santo teve um bom desempenho, superando os 50% de avaliação positiva (ótimo e bom) em todos os casos relacionados.

Sendo estes casos em questão referentes às informações turísticas, às opções de lazer e entretenimento e aos passeios turísticos.

Avaliação de informações turísticas

		2011			2012		2013			
Avaliação de informações turísticas	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada	
Ótimo	10,3	15,3	12,9	13,9	11,9	14,0	14,2	10,1	10,4	
Bom	63,7	52,5	54,7	53,1	58,5	48,8	57,4	46,0	46,1	
Regular	14,5	19,8	14,9	16,2	15,9	20,3	18,2	24,1	23,3	
Ruim	7,5	8,3	10,0	8,3	8,5	11,1	6,4	10,1	13,5	
Péssimo	4,0	4,0	7,4	7,4	5,2	5,8	3,8	9,9	6,7	
Não sabe / não respondeu	0,0	0,0	0,0	1,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
Número de respondentes	573	373	309	339	270	213	387	557	356	





Avaliação de opções de lazer e entretenimento

		2011			2012		2013			
Avaliação das opções de lazer e entretenimento	Alta	Média temporada	Baixa Temporada	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada	
Ótimo	14,1	13,7	13,6	17,4	22,2	18,1	14,6	16,0	17,9	
Bom	55,6	49,9	52,2	53,9	51,6	52,6	57,0	51,1	57,8	
Regular	21,0	28,2	23,1	20,3	19,2	21,3	20,8	21,7	16,4	
Ruim	7,1	5,1	5,2	4,7	3,8	4,3	4,8	7,1	5,5	
Péssimo	2,1	3,0	3,6	2,5	3,1	3,7	2,8	4,1	2,3	
Não sabe / não respondeu	0,0	0,0	2,3	1,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
Número de respondentes	1.352	839	696	958	608	354	618	701	469	





Avaliação de opções de passeios turísticos

		2011			2012		2013			
Avaliação dos passeios turísticos	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada	
Ótimo	16,8	18,5	18,0	16,6	18,8	23,0	15,8	19,0	19,7	
Bom	68,9	63,4	63,2	70,5	66,3	60,7	66,8	56,7	62,0	
Regular	12,6	14,2	12,7	8,5	9,8	9,6	14,6	14,9	12,7	
Ruim	0,8	2,6	2,2	2,4	2,4	3,0	2,2	4,7	2,5	
Péssimo	1,0	1,3	3,9	0,7	2,7	3,7	0,6	4,7	3,2	
Não sabe / não respondeu	0,0	0,0	18,0	1,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
Número de respondentes	501	303	228	295	255	141	338	443	284	





Ao indagar os entrevistados sobre o que faltou no destino escolhido, as principais questões apresentadas relacionam-se à falta de infraestrutura para atender o turista, de informações turísticas e opções de lazer. Cabe destacar que tais resultados se mostram como uma oportunidade a ser desenvolvida por atores locais, uma vez que esta opinião refere-se aos turistas que se destinam ao Espírito Santo.

Faltou no destino escolhido*

		2011			2012			2013	
Faltou no destino escolhido	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada
Assistência médica para o turista	5,3	5,9	3,2			-	2,5	1,6	4,1
Bancos/caixas eletrônicos	13,5	6,6	5,9	7,5	9,7	6,7	4,5	3,3	2,8
Bons Hotéis	9,3	5,7	3,4	3,5	4,8	5,4	3,2	2,6	2,1
Bons Restaurantes	7,3	9,1	6,2	6,9	6,5	8,3	6,6	2,9	2,3
Informações Turísticas	9,6	13,9	13,0	9,3	10,7	9,0	7,2	8,3	6,4
Infraestrutura para atender o turista	22,3	29,4	23,5	21,4	17,7	19,4	20,6	10,3	7,9
Opções de Lazer	19,6	21,6	15,7	16,7	10,8	15,3	13,5	7,0	4,5
Segurança	7,5	7,6	9,5	7,1	10,0	12,1	8,6	5,4	4,8
Transporte Público	4,2	5,3	6,7	6,2	8,4	7,5	5,3	1,6	1,0
Não sabe / não respondeu	2,5	0,0	5,6	4,8	2,4	-	6,4	-	-
Outro	4,3	16,6	18,2	24,0	16,5	0,0	15,3	22,2	37,5
Nada	44,7	31,4	34,2	34,0	40,7	33,3	34,1	35,0	38,4
Total	150,1	153,1	145,1	145,2	142,7	117,0	127,8	100,2	111,8
Número de entrevistas	1.536	1.000	920	1.100	797	613	807	800	705

^{*} O entrevistado podia responder mais de uma opção de resposta.





Assim, de maneira geral, mesmo com os entrevistados sentindo falta de alguns itens, conforme anteriormente, é possível notar que praticamente 90% dos turistas que se destinam ao Espírito Santo recomendariam o município escolhido para a viagem a algum amigo ou parente.

Recomendaria município escolhido a algum parente ou amigo

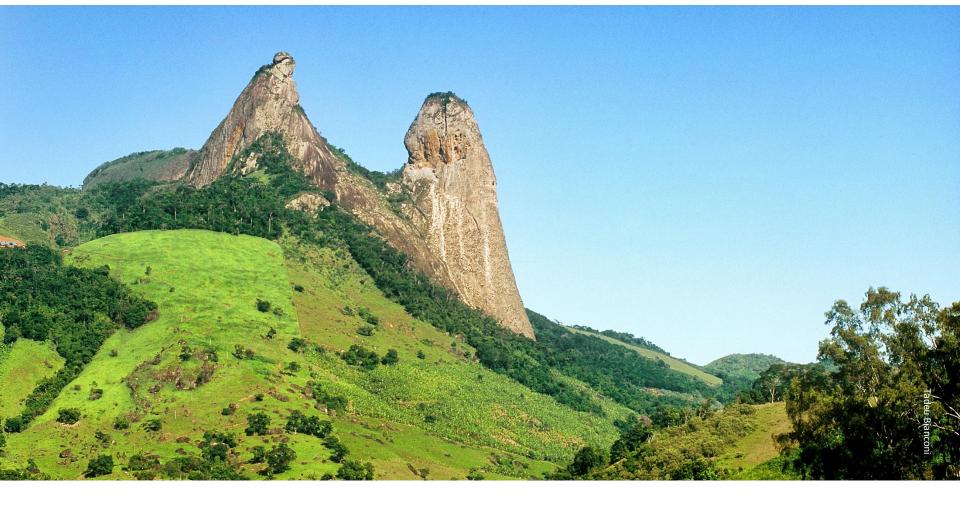
	2011			2012			2013		
Recomendaria município escolhido a parente e amigo	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada	Alta temporada	Média temporada	Baixa Temporada
Recomendaria	93,1	92,4	90,1	91,5	93,6	87,1	89,1	90,6	95,3
Não recomendaria	2,9	2,6	5,8	3,8	3,5	6,9	6,1	8,3	3,4
Depende	3,6	4,1	3,9	4,5	2,5	4,1	3,4	-	-
Não sabe / não respondeu	0,5	0,9	0,2	0,3	0,4	2,0	1,5	1,1	1,3
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0







RESULTADOS E IMPACTOS DOS EVENTOS ACADÊMICOS E DE NEGÓCIOS NO ESPÍRITO SANTO



O presente item tem por objetivo apresentar os resultados consolidados de algumas pesquisas realizadas para analisar o perfil e o hábito do turista que frequentou os eventos acadêmicos e de negócios no Espírito Santo entre os anos de 2011 e 2013.

Alguns resultados das pesquisas realizadas nos eventos acadêmicos e de negócios

Evento	Abrangência	Periodicidade	Fixo (F) ou Itinerante (I)	% de turistas	% de visitantes	Renda média*	Gasto Diário Médio individual (em R\$)*
Expotur-ES 2011	Regional	Anual	F	7,3%	92,8%	R\$ 2.683,67 (renda individual)	R\$ 223,43
Cachoeiro Stone Fair 2011	Internacional	Anual	F	40,0%	60,0%	R\$ 4.930,11 (renda familiar)	R\$ 479,70
40º Encontro Nacional da Indústria de Cerâmica Vermelha – Vitória 2011	Nacional	Anual	I	75,0%	25,0%	R\$ 8.105,39 (renda individual)	R\$ 387,84
Super Acaps Panshow 2011	Estadual	Anual	F	13,0%	87,0%	R\$ 6.427,65 (renda familiar)	R\$ 625,86
Vitória Stone Fair 2011	Internacional	Anual	F	53,9%	46,1%	R\$ 9.320,12 (renda familiar)	R\$ 468,57
21º Cobrac Vitória 2011	Nacional	Anual	I	93,5%	6,5%	R\$ 6.157,89 (renda individual)	R\$ 422,05
Conecades 2012	Nacional	Anual	F	100,0%	-	R\$ 4.232,47 (renda familiar)	R\$ 224,76

^{*} A preços médios de 2013, deflacionados pelo IGP-DI.





Alguns resultados das pesquisas realizadas nos eventos acadêmicos e de negócios

Evento	Abrangência	Periodicidade	Fixo (F) ou Itinerante (I)	% de turistas	% de visitantes	Renda média*	Gasto Diário Médio individual (em R\$)*
Expotur 2012	Regional	Anual	F	-	-	R\$ 4.567,78 (renda familiar)	-
15º Enacor Vitória 2012	Nacional	Anual	I	48,3%	51,7%	R\$ 8.483,57 (renda familiar)	R\$ 406,53





^{*} A preços médios de 2013, deflacionados pelo IGP-DI.



RESULTADOS E IMPACTOS DOS EVENTOS DE LAZER E CULTURA NO ESPÍRITO SANTO



O presente item tem por objetivo apresentar os resultados consolidados de algumas pesquisas realizadas para analisar o perfil e o hábito do turista que frequentou os eventos de lazer e cultura no Espírito Santo entre os anos de 2011 e 2013.

Além disso, também serão apresentados alguns resultados da pesquisa realizada para o turismo de sol e praia, durante o ano de 2011.

Alguns resultados das pesquisas realizadas nos eventos de lazer e cultura

Evento	Abrangência	Periodicidade	Fixo (F) ou Itinerante (I)	% de turistas	% de visitantes	Renda média*	Gasto Diário Médio individual (em R\$)*
Turismo de Cruzeiro – em geral - 2011	-	-	-	-	-	R\$ 6.008,02 (renda familiar)	R\$ 86,14
Festival Nacional do Forró de Itaúnas - 2011	Nacional	Anual	F	71,5%	28,5%	R\$ 3.340,88 (renda familiar)	R\$ 119,53
Festival de Inverno de Domingos Martins 2011	Regional	Anual	F	21,5%	78,5%	R\$ 3.269,28 (renda familiar)	R\$ 98,85
Carnaval de Vitória 2011	Regional	Anual	F	7,3%	92,7%	R\$ 3.363,37 (renda individual)	R\$ 56,52
Turismo de Cruzeiro – em geral - 2012	-	-	-	-	-	R\$ 7.869,73 (renda familiar)	R\$ 115,50
Corpus Christi Castelo 2012	Regional	Anual	F	-	-	R\$ 1.783,21 (renda familiar)	R\$ 17,98
Carnaval de Vitória 2012	Regional	Anual	F	3,5%	96,5%	R\$ 3.013,79 (renda individual)	R\$ 54,29

^{*} A preços médios de 2013, deflacionados pelo IGP-DI.





Alguns resultados das pesquisas realizadas nos eventos de lazer e cultura

Evento	Abrangência	Periodicidade	Fixo (F) ou Itinerante (I)	% de turistas	% de visitantes	Renda média*	Gasto Diário Médio individual (em R\$)*
Carnaval no Espírito Santo 2012	Nacional	Anual	F	-	-	R\$ 4.300,19 (renda familiar)	R\$ 173,31
Festa de São Benedito 2011	Local	Anual	F	2,5%	97,5%	R\$ 1.786,19 (renda familiar)	R\$ 81,19
Festival de Inverno de Domingos Martins 2012	Regional	Anual	F	43,9%	56,1%	R\$ 2.527,73 (renda individual)	R\$ 60,07
Arte Santo 2013	Estadual	Anual	F	12,0%	5,0%	R\$ 5.178,67 (renda familiar)	R\$ 77,99





^{*} A preços médios de 2013, deflacionados pelo IGP-DI.

Turismo de sol e praia 2011

Se é ou não turista	Frequência	%
Sim	696	52,4
Não	632	47,6
Total	1.328	100,0

Renda familiar (em salários mínimos	Frequência	%
Até 3 [até R\$ 1.635,00]	486	36,6
Mais de 3 a 5 [R\$ 1.636,00 a R\$ 2.725,00]	322	24,2
Mais de 5 a 10 [R\$ 2.726,00 a R\$ 5.450,00]	301	22,7
Mais de 10 a 15 [R\$ 5.451,00 a R\$ 8.175,00]	92	6,9
Mais de 15 a 20 [R\$ 8.176,00 a R\$ 10.900,00]	43	3,2
Mais de 20 [R\$ 10.900,00]	47	3,5
Não respondeu	37	2,7
Total	1.328	100,0
Média*		3.521,92





^{*} A preços médios de 2013, deflacionados pelo IGP-DI.

Turismo de sol e praia 2011

Principais motivos de escolha desta praia	Frequência	%
Beleza do lugar (paisagem)	697	52,5
Facilidade de acesso	670	50,5
Proximidade com o local de hospedagem	447	33,7
Frequentadores	324	24,4
Limpeza da praia	272	20,5
Qualidade da água	148	11,1
Presença de barracas	104	7,8
Existência de banheiros e chuveiros	67	5,0
Não respondeu	26	2,0
Total	2.755	

Opinião sobre os preços de produtos e serviços praticados na praia	Frequência	%
Muito caros	204	15,4
Caros	461	34,7
Acessíveis	590	44,4
Baratos	25	1,9
Não sabe	32	2,4
Não respondeu	16	1,2
Total	1.328	100,0

Obs: porcentagem calculada sobre o total de respondentes.







CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo deste relatório, houve uma série de informações apresentadas e que não são passíveis de serem comparadas, dada as mudanças metodológicas implantadas na pesquisa ao longo do período compreendido entre 2011 e 2013.

Entretanto, é possível notar a apresentação de alguns resultados positivos para o Espírito Santo, uma vez que os turistas que vieram para o estado avaliaram, em sua grande maioria, de forma positiva (ótimo e bom).

Assim, nota-se que a avaliação dos destinos pelos turistas varia entre bons ou ótimos, mesma avaliação recebida pelos atrativos e equipamentos.

O segmento de eventos, além de diminuir o efeito da sazonalidade, contribui para o incremento do fluxo e também para a mudança do perfil do turista que visita o Estado. Serve também como uma oportunidade para que turistas conheçam o destino Espírito Santo e retornem em outras ocasiões.











