

Pesquisa Mercado 2012

Consumidor Final em Potencial

Outubro de 2012

Presidente do Conselho Deliberativo Estadual

Júlio da Silva Rocha Junior

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 Vescovi

Gerente da Unidade de Estratégia, Planejamento e Orçamento

Daniela Negri

Eixo Inteligência em MPE: estudos & pesquisas

Analista

Dênis Pedro Nunes

Estagiário

José Gustavo Henker Lima

Governo do Estado do Espírito Santo

Governador

Jose Renato Casagrande

Vice Governador

Givaldo Vieira

Secretário de Estado de Turismo

Antonio Alexandre dos Passos Souza

Sub Secretária

Diomedes Maria Caliman Berger

Gerente Estudos e Negócios Turísticos

Ângela Maria Modolo de Assunção

Assessor Técnico

Rafael Gravilla

Meta Instituto de Pesquisas

Diretor Presidente

Flávio Eduardo Silveira

Sócia-Gerente

Jalcira Elizabete das Virgens

Analista de Pesquisa

Aline Mello Fernandes

Coordenadora de Campo

Schaiany Stallivieri

Objetivos

Pesquisa realizada com potenciais turistas nas cidades de São Paulo, Ribeirão Preto, Belo Horizonte, Rio de Janeiro, Brasília e Salvador.

Objetivo específico

- Identificar o perfil do potencial turista;
- Identificar os motivos pelos quais os turistas escolhem seus destinos de viagem.

Método

Pesquisa de natureza quantitativa, com aplicação de questionário padronizado concedido pelo SEBRAE-ES através da técnica de ponto de fluxo.

Abordagem

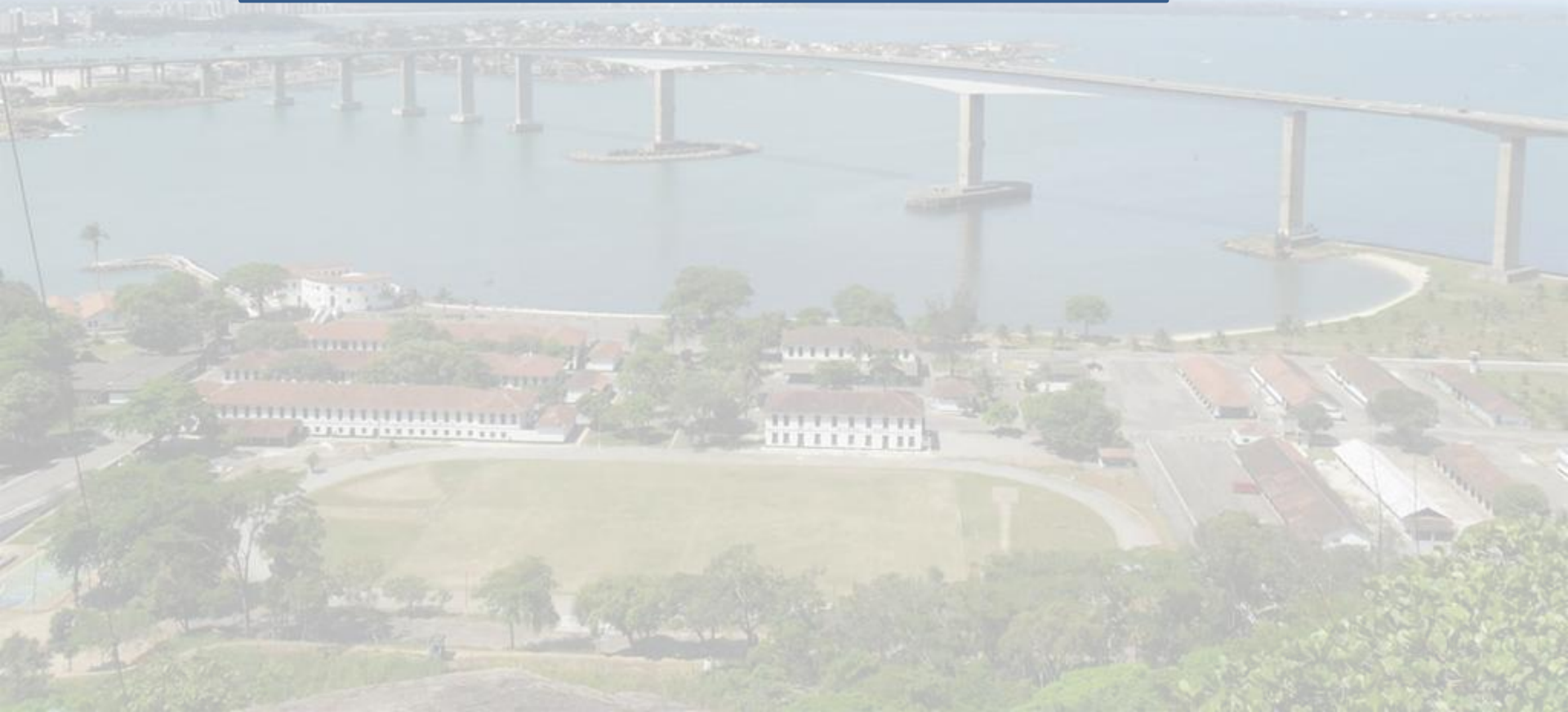
Foram realizadas 1500 entrevistas com o público potencial turista em aeroportos e Shoppings Center nas cidades de São Paulo (300), Ribeirão Preto (200), Rio de Janeiro (300), Brasília (200), Belo Horizonte (300) e Salvador (200).

Para identificar o potencial turista foi utilizado o seguinte filtro “O entrevistado deverá ter viajado a lazer pelo menos uma vez nos últimos 12 meses para fora de seu estado”.

Período de Campo

De 19 de setembro a 10 de outubro de 2012

Apresentação dos Resultados



Perfil do potencial turista – sexo

Entrevistados do sexo masculino totalizam a maioria dos pesquisados nas cidades de São Paulo (53%), Belo Horizonte (51,7%), Ribeirão Preto (51,5%) e Salvador (60,5%).

Respondentes do sexo feminino foram majoritárias nas cidade de Brasília (52,5%) e Rio de Janeiro (50,7%).

Sexo	São Paulo	Brasília	Rio de Janeiro	Belo Horizonte	Ribeirão Preto	Salvador	Total	
							<i>f</i>	%
Masculino	53,0	47,5	49,3	51,7	51,5	60,5	782	52,1
Feminino	47,0	52,5	50,7	48,3	48,5	39,5	719	47,9
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	1500	100,0

Perfil do potencial turista – Por faixa etária

A faixa de idade entre 25 e 39 anos prevalece nas cidades de São Paulo (54%), Brasília (41,5%), Rio de Janeiro (40,3%), Ribeirão Preto (49%) e Salvador (53,5%). Somente em Belo Horizonte esta não foi a faixa que totalizou a maior parte da amostra (33,7%). Na capital mineira a faixa etária de 18 a 24 anos reuniu 39,7% dos entrevistados.

Somando-se todas as cidades, 44,8% dos pesquisados estavam na faixa dos 25 ao 39 anos. Em seguida surge a faixa dos 40 aos 59 anos, com um total de 28,3% da amostra.

A média de idade dos respondentes é de 37 anos.

Faixa Etária	São Paulo	Brasília	Rio de Janeiro	Belo Horizonte	Ribeirão Preto	Salvador	Total	
							<i>f</i>	%
De 18 a 24 anos	20,3	12,5	20,0	39,7	18,0	11,0	323	21,5
De 25 a 39 anos	54,0	41,5	40,3	33,7	49,0	53,5	672	44,8
De 40 a 59 anos	22,3	37,5	34,0	20,7	26,0	33,5	425	28,3
60 ou mais	3,3	8,5	5,7	6,0	7,0	2,0	80	5,3
NS/NR	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0	0,0
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	1500	100,0

Perfil do potencial turista – Estado Civil

A maior parte dos pesquisados declarou ser solteiro (49,5%). Na cidade de Belo Horizonte foi encontrado o maior número de solteiros (62%), devido a faixa etária dominante.

Nas outras cidades este percentual foi menor, porém expressivo. Na cidade de São Paulo, 47% dos pesquisados se declaram solteiros. Os solteiros totalizam 46,5% dos pesquisados em Brasília, 47,3% no Rio de Janeiro, 41,5% em Ribeirão Preto e 49% em Salvador.

Estado Civil	São Paulo	Brasília	Rio de Janeiro	Belo Horizonte	Ribeirão Preto	Salvador	Total	
							f	%
Solteiro(a)	47,0	46,5	47,3	62,0	41,5	49,0	743	49,5
Casado(a) sem filhos	21,7	15,5	10,3	6,7	19,5	16,5	219	14,6
Casado(a) com filhos.	23,0	24,5	28,0	24,3	33,5	29,0	401	26,7
Separado(a)	2,7	2,5	2,3	0,7	1,5	1,0	27	1,8
Divorciado(a)	3,7	7,5	6,0	4,0	2,5	2,0	65	4,3
Viúvo(a)	2,0	3,5	6,0	1,7	1,0	1,5	41	2,7
Outro	0,0	0,0	0,0	0,7	0,5	1,0	5	0,3
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	1500	100,0

Perfil do potencial turista – Escolaridade

A maior parcela dos pesquisados possui Ensino Médio Completo (31,6%). Esse perfil é reproduzido nas cidades de São Paulo (36%), Rio de Janeiro (41,7%), Ribeirão Preto (25%) e Salvador (35%).

Em Belo Horizonte, 40% dos entrevistados possui o Ensino Superior Incompleto.

Em Brasília, 34% dos respondentes possui Ensino Superior Completo.

Escolaridade	São Paulo	Brasília	Rio de Janeiro	Belo Horizonte	Ribeirão Preto	Salvador	Total	
							<i>f</i>	%
Sem escolaridade	0,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	2	0,1
Ensino Fundamental incompleto	0,7	6,0	2,3	1,3	4,0	6,5	47	3,1
Ensino Fundamental completo	4,0	3,5	3,7	2,7	14,5	4,0	75	5,0
Ensino Médio incompleto	1,7	2,5	5,7	3,3	7,5	5,0	62	4,1
Ensino Médio completo	36,0	20,5	41,7	26,7	25,0	35,0	474	31,6
Ensino superior incompleto	15,3	19,0	17,3	40,0	9,5	11,0	297	19,8
Ensino superior completo	35,0	34,0	19,7	21,3	24,5	24,0	393	26,2
Pós-graduação	7,0	14,5	9,7	4,7	15,0	14,5	152	10,1
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	1500	100,0

A maior parte dos pesquisados de Belo Horizonte (18,7%), Ribeirão Preto (18,5%) e Salvador (17%) possuem renda mensal na faixa de R\$ 623,00 a R\$ 1.866,00. Na cidade capital carioca, 20,7% dos entrevistados tem renda mensal individual entre R\$ 1.245,00 a R\$ 2.488,00.

Respondentes da capital paulista (18,7%) possuem renda entre R\$ 2.489,00 a R\$ 3.110,00.

A capital federal representa a parcela com maior renda mensal, se comparada a estes citados, 18% dos entrevistados possui renda na faixa entre R\$ 3.111,00 a R\$ 4.354,00 mensais.

A média de renda mensal dos pesquisados é de R\$ 3.973,63

Renda mensal Individual	São Paulo	Brasília	Rio de Janeiro	Belo Horizonte	Ribeirão Preto	Salvador	Total	
							f	%
Até R\$ 622,00	1,3	3,5	3,0	6,3	5,0	9,0	68	4,5
De R\$ 623,00 a R\$ 1.244,00	8,3	11,5	13,7	18,7	18,5	17,0	216	14,4
De R\$ 1.245,00 a R\$ 1.866,00	9,0	6,5	20,7	11,0	15,5	11,0	188	12,5
De R\$ 1.867,00 a R\$ 2.488,00	17,0	6,0	17,0	9,7	9,0	11,0	183	12,2
De R\$ 2.489,00 a R\$ 3.110,00	18,7	12,0	18,0	11,7	12,0	14,0	221	14,7
De R\$ 3.111,00 a R\$ 4.354,00	11,0	18,0	12,3	6,3	4,5	7,5	149	9,9
De R\$ 4.355,00 a R\$ 6.220,00	8,0	16,5	3,7	5,3	5,5	10,5	116	7,7
De R\$ 6.221,00 a R\$ 12.440,00	7,0	6,5	3,7	7,3	5,5	5,5	89	5,9
Acima de R\$ 12.440,00	2,3	8,0	1,7	3,7	1,5	1,5	45	3,0
Não tem renda	9,3	8,5	4,0	11,7	1,5	4,0	104	6,9
NS/NR	8,0	3,0	2,3	8,3	21,5	9,0	123	8,2
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	1500	100,0

Ribeirão Preto e Rio de Janeiro possuem a maior parte dos entrevistados com renda mensal familiar abaixo da maior parte dos participantes da pesquisa (15,5%), que obtém renda mensal familiar na faixa de R\$ 6.221,00 a R\$ 12.440,00 – mesma faixa de renda da maior proporção dos pesquisados de São Paulo (19,3%), Belo Horizonte (20,7%) e Salvador (14,5%).

Somente Brasília excede essa faixa de renda. A faixa de renda acima de R\$ 12.440,00 reúne 22% dos entrevistados de Brasília.

A maior parcela dos entrevistados de Ribeirão Preto (12,5%) possui renda mensal familiar entre R\$ 2.489,00 a R\$ 3.110,00 e R\$ 4.355,00 a R\$ 6.220,00. Entre os cariocas, a maior parte dos respondentes (23%) obtém renda entre R\$ 3.111,00 a R\$ 4.354,00.

A Média de renda mensal familiar dos pesquisados é de R\$ 7.073,43.

Tabela da renda mensal familiar do potencial turista

Renda mensal Familiar	São Paulo	Brasília	Rio de Janeiro	Belo Horizonte	Ribeirão Preto	Salvador	Total	
							f	%
Até R\$ 622,00	0,0	1,5	0,0	0,3	1,0	5,5	17	1,1
De R\$ 623,00 a R\$ 1.244,00	2,3	4,5	2,0	3,0	6,5	8,5	62	4,1
De R\$ 1.245,00 a R\$ 1.866,00	5,3	5,0	5,7	4,0	8,0	10,5	92	6,1
De R\$ 1.867,00 a R\$ 2.488,00	5,3	4,0	11,7	7,7	9,0	8,0	116	7,7
De R\$ 2.489,00 a R\$ 3.110,00	9,7	12,5	19,3	12,3	12,5	12,5	200	13,3
De R\$ 3.111,00 a R\$ 4.354,00	14,0	15,5	23,0	11,7	10,0	9,5	216	14,4
De R\$ 4.355,00 a R\$ 6.220,00	14,3	12,0	17,3	15,0	12,5	14,0	218	14,5
De R\$ 6.221,00 a R\$ 12.440,00	19,3	17,0	12,7	20,7	5,5	14,5	233	15,5
Acima de R\$ 12.440,00	14,0	22,0	5,0	12,3	4,5	3,5	155	10,3
Não tem renda	0,3	0,0	0,0	0,0	0,5	1,0	5	0,3
NS/NR	15,3	6,0	3,3	13,0	30,0	12,5	192	12,8
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	1500	100,0

Perfil do potencial turista – Situação Ocupacional

A maior parcela dos pesquisados (40,9%) é assalariado com carteira assinada.

Esta situação se repete em todas as cidades em que realizou-se a pesquisa (São Paulo – 46%; Brasília – 22%; Rio de Janeiro – 57%; Belo Horizonte – 33%; Ribeirão Preto – 40%; Salvador – 40,5%).

Situação ocupacional	São Paulo	Brasília	Rio de Janeiro	Belo Horizonte	Ribeirão Preto	Salvador	Total	
							f	%
Aposentado(a)	3,3	9,0	7,3	4,7	3,0	2,0	74	4,9
Assalariado(a) com carteira assinada	46,0	22,0	57,0	33,0	40,0	40,5	614	40,9
Assalariado(a) sem carteira assinada	1,7	2,0	2,0	2,0	6,5	1,0	36	2,4
Autônomo(a)	21,0	13,5	12,0	14,0	16,5	21,0	243	16,2
Desempregado(a)	3,0	2,0	0,3	1,0	2,5	3,5	29	1,9
Do lar	1,7	2,5	2,7	1,3	3,0	2,0	32	2,1
Empresário(a)	5,3	14,5	3,7	5,3	11,0	7,0	108	7,2
Estudante	5,3	6,5	6,3	26,0	4,5	5,0	146	9,7
Funcionário(a) público(a)	8,0	21,0	5,0	6,3	6,5	11,0	135	9,0
Profissional liberal (3º grau completo)	2,7	5,5	2,0	3,7	1,5	6,5	53	3,5
Trabalho informal (bico)	0,3	0,0	0,0	1,3	1,0	0,0	8	0,5
Outro	1,7	1,5	1,7	1,3	4,0	0,5	26	1,7
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	1500	100,0

A maior parte dos pesquisados (22,3%) afirmou ter o costume de viajar na época de fim de ano. O mesmo resultado foi encontrado nas cidades de São Paulo (25,3%), Rio de Janeiro (24%), Ribeirão Preto (29,5%) e Salvador (28,5%).

A maior parcela dos mineiros (27%) declarou possuir o hábito de viajar no período das férias escolares. Esse resultado deve-se, provavelmente, ao perfil etário dos pesquisados.

A maior parte dos respondentes de Brasília (19,5%) costuma viajar durante o ano todo.

2.1 Em que época o(a) Sr(a) costuma viajar, independente do motivo da viagem:	São Paulo	Brasília	Rio de Janeiro	Belo Horizonte	Ribeirão Preto	Salvador	Total	
							f	%
Férias escolares	8,0	9,5	12,3	27,0	13,5	2,5	194	12,9
Feriados	8,7	9,0	5,3	18,3	8,5	4,0	140	9,3
Verão	6,7	7,5	4,7	2,0	5,5	4,0	74	4,9
Finais de semana	6,3	12,5	7,3	2,0	4,0	1,5	83	5,5
Durante o ano todo	19,0	19,5	17,3	18,0	20,0	23,5	290	19,3
Meio do ano	13,7	9,0	14,3	8,7	10,0	13,5	176	11,7
Início do ano	8,7	6,5	9,7	7,3	4,0	11,5	122	8,1
Fim do ano	25,3	18,5	24,0	11,3	29,5	28,5	335	22,3
Outro	3,7	8,0	5,0	5,3	5,0	11,0	90	6,0
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	1500	100,0

Perfil do Potencial Turista – Preferência de lugar para viagens de lazer

A maioria dos entrevistados (73%) prefere viagens ao litoral para lazer. Situação encontrada em todas as cidades consultadas.

Em seguida surgem as viagens às cidades históricas (11,5%) e para o campo (9,5%).

Essa situação inverte-se nas cidades de Rio de Janeiro e Salvador, em que a preferência para viagens de lazer para cidades históricas sucedem às viagens litorâneas.

2.2 Lugar que mais gosta de viajar em suas viagens de lazer	São Paulo	Brasília	Rio de Janeiro	Belo Horizonte	Ribeirão Preto	Salvador	Total	
							<i>f</i>	%
Praia	69,3	69,5	75,6	69,0	69,3	73,0	1062	73,0
Campo	13,3	16,5	9,7	14,1	17,6	9,5	198	9,5
Cidade histórica	12,0	11,5	10,0	9,8	8,0	11,5	157	11,5
Montanha	4,0	0,5	4,7	4,7	4,0	4,0	57	4,0
Outro	0,0	0,0	0,0	0,0	0,5	0,0	1	0,0
Não informou	1,3	2,0	0,0	2,4	0,5	2,0	25	2,0
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	1495	100,0

Perfil do Potencial Turista – Mês em que viajou para fora de seu estado pela última vez

A maior parcela dos entrevistados de Rio de Janeiro (12,3%) e Belo Horizonte (20,7%) viajou para fora de seu estado pela última vez no mês de julho.

A maior parte dos pesquisados de São Paulo (15,7%), Brasília (20,5%) e Salvador (26%) realizou sua última viagem para fora de seu estado no mês de setembro, mesma declaração da maior parcela da amostra (16,7%).

A maior proporção dos respondentes de Ribeirão Preto (32%) viajou pela última vez para fora de seu estado no mês de dezembro.

2.3 Em que período do ano o(a) Sr(a) viajou pela última vez a lazer, para fora do seu Estado:	São Paulo	Brasília	Rio de Janeiro	Belo Horizonte	Ribeirão Preto	Salvador	Total	
							f	%
Janeiro	15,3	11,0	11,0	17,0	10,0	13,5	200	13,3
Fevereiro	7,0	7,0	10,3	8,7	4,5	8,0	117	7,8
Março	4,0	3,0	5,7	4,3	2,5	6,5	66	4,4
Abril	3,7	3,5	5,3	6,0	3,0	4,0	66	4,4
Maio	6,7	5,5	6,0	4,0	1,5	5,0	74	4,9
Junho	9,7	7,5	9,0	4,7	6,0	7,5	113	7,5
Julho	13,0	13,5	12,3	20,7	12,0	6,5	203	13,5
Agosto	5,0	20,0	10,3	7,3	4,5	7,0	131	8,7
Setembro	15,7	20,5	11,7	14,0	17,0	26,0	251	16,7
Outubro	2,0	1,0	3,0	4,0	3,0	1,5	38	2,5
Novembro	3,0	0,5	3,7	1,3	4,0	5,0	44	2,9
Dezembro	15,0	7,0	11,7	8,0	32,0	9,5	201	13,4
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	1500	100,0

São Paulo surge como o destino da última viagem da maior parte dos pesquisados (7,9%), sucedida pela cidade maravilhosa (7,4%), capital baiana (6,2%) e capital cearense (3,8%).

2.4 E para onde foi nessa última viagem? Qual foi o destino escolhido (Município/Estado)?	Total	
	f	%
São Paulo	121	7,9
Rio de Janeiro	113	7,4
Salvador BA	94	6,2
Fortaleza CE	58	3,8
Recife PE	51	3,3
Natal RN	41	2,7
Porto Seguro BA	39	2,6
Bahia	37	2,4
Minas Gerais	36	2,4
Aracaju SE	29	1,9
Argentina	27	1,8
EUA	27	1,8
Belo Horizonte MG	25	1,6
Brasília DF	24	1,6
Espírito Santo	24	1,6
Vitória ES	23	1,5
curitiba	22	1,4
Maceió AL	22	1,4
Santa Catarina	21	1,4
Caldas Novas GO	20	1,3
Florianópolis SC	20	1,3
Foz do Iguaçu PR	15	1,0
São Luís MA	15	1,0
Outros destinos*	596	42,8
NR/NS	25	1,6
TOTAL	1525	100

Para a maior parcela dos entrevistados de Belo Horizonte (22,3%) e Ribeirão Preto (20,5%) o principal motivo de escolha de um destino para viagem é o lazer em geral.

Para a maior parte dos pesquisados de São Paulo (21,7%), Brasília (33,5%), Rio de Janeiro (44%) e Salvador (28%) as viagens são realizadas majoritariamente para rever familiares e amigos.

2.5 Qual o principal motivo da escolha desse destino:	São Paulo	Brasília	Rio de Janeiro	Belo Horizonte	Ribeirão Preto	Salvador	Total	
							f	%
Beleza natural/natureza	19,3	17,0	17,7	16,7	22,0	11,0	261	17,4
Cultura local/população	2,0	6,0	7,7	3,0	3,5	3,5	65	4,3
Festas/manifestações populares	2,0	1,5	3,7	3,3	4,5	5,5	50	3,3
Gastronomia	0,0	2,0	0,7	0,0	0,0	0,5	8	0,5
História/artes/museus	2,0	1,5	2,3	1,3	2,0	2,5	29	1,9
Lazer em geral	17,7	16,5	18,3	22,3	20,5	18,0	285	19,0
Observação da fauna/flora	1,0	0,0	0,0	0,3	1,0	0,0	6	0,4
Participar de evento	3,0	3,0	1,3	3,0	1,5	2,0	35	2,3
Perfil do local	2,0	4,5	1,0	3,3	1,0	3,5	38	2,5
Praia	14,7	4,0	2,0	14,7	12,5	5,5	138	9,2
Rever familiares/amigos	21,7	33,5	44,0	21,7	16,5	28,0	419	27,9
Saúde	0,0	0,5	0,0	0,3	0,5	2,0	8	0,5
Negócios ou Trabalho	1,3	1,0	0,0	4,0	6,0	7,0	44	2,9
Religioso	0,3	1,0	0,3	0,7	1,0	0,5	9	0,6
Ecologia/Ecoturismo	0,3	0,0	0,0	0,3	1,5	0,5	6	0,4
Esportes Náuticos	0,0	0,0	0,0	0,0	0,5	0,0	2	0,1
Outro	12,7	8,0	1,0	5,0	5,5	10,0	104	6,9
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	1500	100,0

Fator para escolha de destino de viagem

A maior parte dos respondentes da capital paulista (25,7%) declarou ter escolhido o destino de viagem baseados na indicação dos agentes de viagem.

A maior parcela dos pesquisados de Brasília (28,5%), Rio de Janeiro (24,3%) e Belo Horizonte (25,3%) escolheram sem levar em conta um fator especial.

A maior proporção dos entrevistados de Ribeirão Preto (23,5%) e Salvador (27,5%) declararam outros fatores para a escolha do destino de viagem.

2.6 E qual foi o fator decisivo para que escolhesse esse destino:	São Paulo	Brasília	Rio de Janeiro	Belo Horizonte	Ribeirão Preto	Salvador	Total	
							<i>f</i>	%
Imagens do lugar	20,3	24,0	15,0	15,3	16,0	14,0	260	17,3
O preço	9,0	12,0	6,0	10,0	9,5	8,0	134	8,9
A forma de apresentação do destino	2,0	2,5	0,7	1,3	3,0	1,5	26	1,7
A indicação do agente de viagem em relação ao destino	3,0	1,0	0,0	3,0	3,5	1,0	29	1,9
Curiosidade em conhecer o destino	11,0	5,5	21,7	13,3	13,0	14,5	204	13,6
Indicação de conhecidos que já estiveram antes no destino	25,7	6,0	16,7	14,3	13,5	15,0	239	15,9
Publicidade do lugar (reportagens, folders, etc.)	0,3	1,0	4,3	1,0	2,0	2,5	29	1,9
Nada especial	4,0	28,5	24,3	25,3	16,0	16,0	282	18,8
Outro	24,7	19,5	11,3	16,3	23,5	27,5	299	19,9
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	1500	100,0

Fator para escolha de destino de viagem – Outros

Visitas a familiares e amigos (62%) e trabalho (7,8%) foram os principais motivos citados pelos respondentes.

2.6.1 Outro. Qual?	Total	
	<i>f</i>	%
Família/amigos	183	62,0
Trabalho	23	7,8
Já conhecia	18	6,1
Evento	10	3,4
Desejo dos acompanhantes	9	3,1
Interesse	8	2,7
Esporte	5	1,7
Saude	5	1,7
Proximidade	4	1,4
Show	4	1,4
Religião	3	1,0
Não respondeu	11	3,7
TOTAL	283	100,0

Fonte de informação sobre destino de viagem

A maior parte dos pesquisados da amostra (32,7%) teve como fonte de informação para a escolha do destino a indicação de amigos e parentes, assim como a maior proporção entre os entrevistados de Ribeirão Preto (37,5%) e Salvador (52,5%).

A maior parcela dos pesquisados de São Paulo (37,7%), Brasília (40%), Rio de Janeiro (42,7%) e Belo Horizonte (33,7%) declararam já conhecer o local.

2.7 Qual a principal fonte de informação que o(a) Sr(a) utilizou para a escolha desse destino:	São Paulo	Brasília	Rio de Janeiro	Belo Horizonte	Ribeirão Preto	Salvador	Total	
							f	%
Indicação de amigos/parentes	32,7	30,5	24,3	26,0	37,5	52,5	491	32,7
Já conhecia o local	37,7	40,0	42,7	33,7	16,0	11,0	476	31,7
Folheto, cartaz, etc	0,7	0,5	0,3	1,0	0,0	0,5	8	0,5
Guia turístico	3,3	3,5	1,0	2,3	3,0	0,5	35	2,3
Internet	15,3	10,0	23,0	28,3	22,5	26,5	318	21,2
Jornal	0,0	0,0	0,0	0,3	0,0	0,0	2	0,1
Rádio	0,0	0,0	0,0	0,0	0,5	0,0	2	0,1
Revista	0,3	0,0	0,0	0,7	1,5	0,0	6	0,4
TV	0,0	0,0	0,7	1,0	0,5	1,5	9	0,6
Promoção em eventos/feiras	0,3	2,0	2,3	1,0	0,0	1,0	17	1,1
Outro	1,0	1,0	3,3	3,7	10,5	5,5	59	3,9
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	1500	100,0

Para a maioria dos pesquisados (55,7%) a viagem teve duração de até uma semana.

A maior parcela dos entrevistados de São Paulo (43%), Brasília (52%), Rio de Janeiro (45%), Belo Horizonte (57,7%), Ribeirão Preto (56%) e Salvador (50%) permaneceram nos destinos entre 3 a 7 dias.

2.8 Por quanto tempo o(a) Sr(a) permaneceu nesse destino, nessa última viagem:	São Paulo	Brasília	Rio de Janeiro	Belo Horizonte	Ribeirão Preto	Salvador	Total	
							f	%
Um dia	1,3	1,0	1,0	0,7	4,5	0,0	20	1,3
Dois dias	2,3	5,5	2,0	5,3	5,0	6,5	63	4,2
De 3 a 7 dias	43,0	52,0	45,0	57,7	56,0	50,0	753	50,2
De 8 a 14 dias	20,3	14,0	21,0	21,3	18,0	10,5	273	18,2
De 15 a 21 dias	15,7	17,0	18,3	9,7	9,5	17,0	218	14,5
De 22 a 30 dias	9,0	7,5	10,7	3,7	2,5	4,0	98	6,5
Mais de 30 dias	8,3	3,0	2,0	1,7	4,5	12,0	75	5,0
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	1500	100,0

Meio de transporte

A maioria dos entrevistados (62,8%) utilizou transporte aéreo para viajar. Esse meio de transporte foi utilizado pela maior parcela dos pesquisados de todas as cidades onde realizou-se a pesquisa (São Paulo – 67,7%; Brasília – 69,5%; Rio de Janeiro – 76,3%; Belo Horizonte – 51,3%; Ribeirão Preto – 42,5%; Salvador – 66%).

2.9 Qual meio de transporte que o(a) Sr(a) utilizou para chegar a esse destino:	São Paulo	Brasília	Rio de Janeiro	Belo Horizonte	Ribeirão Preto	Salvador	Total	
							f	%
Automóvel próprio	22,3	21,5	11,0	32,0	29,5	15,5	329	21,9
Automóvel alugado	0,7	0,0	1,3	0,7	3,0	2,0	18	1,2
Avião	67,7	69,5	76,3	51,3	42,5	66,0	942	62,8
Ônibus de linha	9,0	7,5	10,3	9,3	18,5	15,0	168	11,2
Ônibus fretado	0,0	1,5	0,7	5,7	5,5	1,0	35	2,3
Trem	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0	0,0
Outro	0,3	0,0	0,3	1,0	1,0	0,5	8	0,5
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	1500	100,0

A maior parcela dos consultados (42,9%) hospedou-se na casa de amigos e parentes. O mesmo ocorreu nas capitais paulista (42,3%), federal (46,5%), carioca (52%), mineira (36,7%) e baiana (49,5%).

A maior parte dos respondentes de Ribeirão Preto (33%) hospedou-se em hotéis.

2.10 Onde o(a) Sr(a) se hospedou nesse destino:	São Paulo	Brasília	Rio de Janeiro	Belo Horizonte	Ribeirão Preto	Salvador	Total	
							f	%
Hotel	35,3	34,0	34,3	36,3	33,0	34,5	521	34,7
Pousada	13,7	10,0	9,0	13,3	12,5	7,5	168	11,2
Camping	1,0	2,5	0,7	0,3	2,5	0,0	17	1,1
Apto/casa alugada	4,7	4,0	1,7	8,3	10,5	3,0	80	5,3
Casa de parentes ou amigos	42,3	46,5	52,0	36,7	29,5	49,5	644	42,9
Apto/casa própria	1,3	1,0	1,3	3,0	10,0	1,5	42	2,8
Outro	1,7	2,0	1,0	2,0	2,0	4,0	30	2,0
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	1500	100,0

A maior parcela dos entrevistados (33,1%) declarou ter viajado com a família. Situação reproduzida entre a maior parte dos entrevistados de São Paulo (30%), Belo Horizonte (43,7%), Ribeirão Preto (38,5%) e Salvador (29,5%).

A maior parte dos respondentes do Rio de Janeiro (30,7%) viajou só e os de Brasília (33,5%) viajou em casal.

2.11 E o(a) Sr(a) viajou:	São Paulo	Brasília	Rio de Janeiro	Belo Horizonte	Ribeirão Preto	Salvador	Total	
							f	%
Sozinho(a)	24,0	26,0	30,7	16,0	20,5	25,5	356	23,7
Em grupo	17,3	14,5	16,3	24,0	21,5	16,5	278	18,5
Casal	25,3	33,5	20,7	15,3	19,5	28,0	346	23,1
Com família	30,0	26,0	29,0	43,7	38,5	29,5	496	33,1
Em excursão	0,7	0,0	0,0	0,7	0,0	0,5	5	0,3
Outro	2,7	0,0	5,3	0,3	0,0	0,0	19	1,3
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	1500	100,0

A maior parte dos pesquisados (34,4%) não programou reserva para viajar. O mesmo resultado é encontrado em Brasília (55,5%), Rio de Janeiro (32,7%), Belo Horizonte (43,7%) e Ribeirão Preto (37,5%).

A maior parcela dos entrevistados de São Paulo (43,3%) e de Salvador (33,5%) organizou sua viagem diretamente com os prestadores de serviço.

2.12 Como o(a) Sr(a) organizou essa viagem:	São Paulo	Brasília	Rio de Janeiro	Belo Horizonte	Ribeirão Preto	Salvador	Total	
							f	%
Via agência de viagem	22,3	19,0	9,3	19,7	24,0	12,5	266	17,7
Via agência de viagem on line (internet)	9,0	4,5	21,3	8,0	6,0	24,5	185	12,3
Via site de compras coletivas	2,0	1,0	7,0	1,0	3,0	3,0	44	2,9
Diretamente com os prestadores de serviço	43,3	15,5	28,7	25,0	16,0	33,5	422	28,1
Cortesia ou prêmio	1,0	2,0	0,3	1,0	0,0	1,0	14	0,9
Programa de incentivo	0,7	0,5	0,0	0,0	1,0	1,5	8	0,5
Sem programação (sem reservas)	18,7	55,5	32,7	43,7	37,5	22,5	516	34,4
Outro	3,0	2,0	0,7	1,7	12,5	1,5	48	3,2
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	1500	100,0

Antecedência do planejamento da viagem

A maioria dos pesquisados de São Paulo (69%), Brasília (80,5%), Rio de Janeiro (70%), Belo Horizonte (75,7%), Ribeirão Preto (67%) e Salvador (67,5%) planejou sua viagem com menos de três meses de antecedência.

2.13 Com que antecedência planejou essa viagem:	São Paulo	Brasília	Rio de Janeiro	Belo Horizonte	Ribeirão Preto	Salvador	Total	
							f	%
Menos de 3 meses	69,0	80,5	70,0	75,7	67,0	67,5	1074	71,6
De 3 a 6 meses	18,7	13,0	22,3	18,3	18,0	20,5	281	18,7
De 6 a 12 meses	11,0	3,0	7,0	2,3	10,0	10,0	107	7,1
Mais de um ano	1,0	1,5	0,3	0,0	1,0	0,0	9	0,6
Não sei avaliar	0,3	2,0	0,3	3,7	4,0	2,0	29	1,9
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	1500	100,0

A maior parte dos pesquisados (21,2%) entre R\$ 1.001,00 e R\$ 2.000,00 nessa viagem, o mesmo valor que a maior parcela dos entrevistados de Belo Horizonte (25,3%) e Salvador (27,5%).

A maior proporção dos potenciais turistas de Ribeirão Preto (16,5%) teve gastos na faixa de R\$ 301,00 a R\$ 600,00.

A maior parcela dos entrevistados de Brasília (25,5%) e do Rio de Janeiro (23%) gastou entre R\$ 601,00 e R\$ 1.000,00 na sua viagem.

A média de gastos da viagem foi de R\$ 2.050,16.

2.14 Qual o gasto geral que o(a) Sr(a) teve com essa viagem (R\$):	São Paulo	Brasília	Rio de Janeiro	Belo Horizonte	Ribeirão Preto	Salvador	Total	
							f	%
Até R\$ 300,00	1,0	4,0	3,7	6,3	10,5	8,0	78	5,2
De R\$ 301,00 até R\$ 600,00	5,3	7,5	8,3	8,0	16,5	6,0	125	8,3
De R\$ 601,00 até R\$ 1.000,00	15,7	25,5	23,0	16,0	8,0	11,0	254	16,9
De R\$ 1.001,00 até R\$ 2.000,00	18,3	21,5	19,3	25,3	15,5	27,5	318	21,2
De R\$ 2.001,00 até R\$ 3.000,00	19,7	19,0	18,3	15,3	13,5	13,5	252	16,8
De R\$ 3.001,00 até R\$ 4.000,00	14,0	9,0	12,0	4,7	7,0	9,0	143	9,5
De R\$ 4.001,00 até R\$ 5.000,00	8,0	3,5	5,7	6,3	8,0	3,5	90	6,0
De R\$ 5.001,00 até R\$ 6.000,00	7,0	3,5	2,7	5,3	4,5	3,5	68	4,5
Mais de R\$ 6.001,00	6,3	2,0	5,0	5,3	1,0	3,0	62	4,1
Não teve gasto	0,7	1,0	0,7	0,3	1,0	2,5	14	0,9
NS/NR	4,0	3,5	1,3	7,0	14,5	12,5	98	6,5
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	1500	100,0

A maior parte dos respondentes das cidades de São Paulo (41,3%), Rio de Janeiro (40,3%), Belo Horizonte (35%) e Ribeirão Preto (31%) declarou que o valor dos gastos citados incluiu somente uma pessoa.

O gasto da viagem da maior parcela dos entrevistados de Brasília incluiu duas pessoas.

A maior proporção de pesquisados de Salvador (41%) declarou que os gastos envolveram uma e duas pessoas.

A média de pessoas incluídas nos gastos de viagem foi de 2,13.

2.15 Pensando em todos estes gastos, quantas pessoas estavam incluídas (incluindo o respondente):	São Paulo	Brasília	Rio de Janeiro	Belo Horizonte	Ribeirão Preto	Salvador	Total	
							f	%
Uma	41,3	29,0	40,3	35,0	31,0	41,0	552	36,8
Duas	30,0	41,5	29,0	23,0	26,0	41,0	464	30,9
Três	13,3	17,0	14,7	16,0	10,0	9,0	204	13,6
Quatro	8,3	7,0	10,0	14,7	11,0	7,5	150	10,0
Cinco	2,7	2,0	3,0	6,3	7,0	1,0	56	3,7
Seis	1,7	1,5	0,7	1,3	2,0	0,0	18	1,2
Mais de seis	2,0	1,0	1,7	2,7	3,5	0,0	29	1,9
Não teve gasto	0,7	0,5	0,3	0,3	1,0	0,0	8	0,5
NS/NR	0,0	0,5	0,3	0,7	8,5	0,5	23	1,5
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	1500	100,0

** 29 entrevistados responderam mais de 6 (não foi calculada a media com essas observações)

Para a maior parcela dos entrevistados (32,7%) a despesa que mais dispendeu gastos foi o transporte até o destino. Mesmo resultado encontrado em São Paulo (41,3%), Rio de Janeiro (33%), Belo Horizonte (26,3%), Ribeirão Preto (32%) e Salvador (41%).

A maior parte dos pesquisados de Brasília (25%) declarou que seu maior gasto procedeu dos custos de hospedagem.

2.16 A sua maior despesa foi referente a:	São Paulo	Brasília	Rio de Janeiro	Belo Horizonte	Ribeirão Preto	Salvador	Total	
							f	%
Transporte até chegar ao destino (passagem)	41,3	21,0	33,0	26,3	32,0	41,0	491	32,7
Transporte dentro do destino	0,7	1,0	2,0	0,7	5,0	1,0	24	1,6
Hospedagem	17,3	25,0	17,0	24,7	18,5	16,5	297	19,8
Compras	14,3	18,5	8,7	11,0	5,5	10,5	171	11,4
Diversão	15,3	18,0	28,0	17,3	16,0	14,5	279	18,6
Alimentação	10,7	11,0	9,0	16,7	13,5	10,5	179	11,9
Outros gastos	0,0	1,5	0,7	2,7	1,0	1,0	17	1,1
NS/NR	0,3	4,0	1,7	0,7	8,5	5,0	44	2,9
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	1500	100,0

Aspectos positivos dos destinos visitados

Entre os aspectos que mais marcaram positivamente os turistas consultados estão os atrativos naturais (34,9%), as pessoas (25,4%), as praias (25,4%) a tranquilidade proporcionada pelo destino escolhido (21,4%).

Especificando por localidade: Os atrativos mais citados pelos paulistanos foram os atrativos naturais (45,7%), clima (43%) e praias (33,3%).

As atrações que encantaram os brasileiros foram os atrativos naturais (34%), bares/boates (22,5%) e pessoas (22,5%).

O encantamento dos entrevistados do Rio de Janeiro sucedeu dos atrativos naturais (31%), da tranquilidade (22,7%) e da culinária (21%).

As atrações que mais marcaram de forma positiva os mineiros foram os atrativos naturais (29,7%), as pessoas (20%) e as praias (29%).

Entre os entrevistados de Ribeirão Preto, as atrações que mais marcaram foram os atrativos naturais (30%), as praias (24,5%) e a tranquilidade proporcionada (22,5%).

Para os baianos , o encanto deveu-se aos atrativos naturais (38,5%), à tranquilidade (45%), às praias (33%) e às pessoas (21,5%).

Tabela – Aspectos que marcaram positivamente no destino de viagem

2.17 O que mais marcou POSITIVAMENTE nessa sua última viagem: (Multipla)	São Paulo	Brasília	Rio de Janeiro	Belo Horizonte	Ribeirão Preto	Salvador	Total	
							f	%
Atrativos naturais	45,7	36,0	31,0	29,7	30,0	39,0	530	35,3
Atrativos históricos	11,3	12,5	17,0	10,3	11,0	17,0	197	13,1
Manifestações populares	5,0	3,5	7,0	2,0	4,5	5,0	68	4,5
Culinária/Restaurantes	12,3	14,0	21,0	9,0	9,0	20,0	213	14,2
Tranquilidade	17,7	12,5	22,7	13,3	22,5	45,0	321	21,4
Bares/boates	15,3	22,5	8,0	12,7	9,0	9,5	191	12,7
Shoppings	6,7	7,0	2,0	2,7	3,5	4,5	65	4,3
Pessoas	43,0	22,5	26,0	20,0	13,0	21,5	381	25,4
Clima	25,7	11,0	6,0	12,0	9,0	13,0	197	13,1
Beleza da cidade	11,0	7,0	20,0	16,7	14,0	18,5	222	14,8
Limpeza	4,7	2,0	2,7	2,7	2,5	9,5	59	3,9
Praias	33,3	9,5	20,0	29,0	24,5	33,0	381	25,4
Praças	3,0	3,0	1,7	1,3	2,0	2,0	32	2,1
Organização da cidade	6,7	5,0	5,0	2,0	5,5	9,0	80	5,3
Festas	4,3	2,5	2,3	4,7	2,5	6,5	57	3,8
A hospitalidade	5,3	5,5	14,3	3,7	17,5	12,0	140	9,3
Cidade pacata	0,3	1,5	0,3	1,0	3,0	4,5	23	1,5
Receptividade	1,7	4,0	8,7	4,3	6,5	5,5	77	5,1
Nada	0,0	2,5	0,3	2,3	8,0	2,0	33	2,2
Outro	3,0	9,5	4,3	3,3	1,0	3,5	60	4,0
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	1500	100,0

*O percentual total é superior a 100% pois trata-se de uma questão multipla

Tabela – Aspectos que marcaram positivamente no destino de viagem – Outros

2.17.1 Outro, qual?	Total	
	f	%
Eventos familiares	37	62,7
Religiosidade	4	6,8
Hospedagem	3	5,1
Aeroporto	2	3,4
Transporte publico	2	3,4
Atrativos Naturais	1	1,7
Colonia de férias	1	1,7
Comércio/Compas	1	1,7
Conhecimento	1	1,7
experiencia	1	1,7
Lazer em geral	1	1,7
Parques de diversão	1	1,7
Pontos turísticos	1	1,7
Preço baixo	1	1,7
Segurança	1	1,7
tudo	1	1,7
TOTAL	59	100,0

Aspectos que marcaram negativamente

A maioria dos entrevistados (71,5%) afirmou que não houve nada que os marcasse negativamente em sua última viagem. Mesma resposta declarada pela maioria dos pesquisados em todas as cidades consultadas.

Entre os entrevistados de São Paulo que exprimiram alguns aspectos, a limpeza pública foi o mais citado (8,7%), assim como entre a maior parte dos entrevistados de Ribeirão Preto (6%).

Serviços de táxi foram as maiores reclamações dos entrevistados de Brasília (5%).

Segurança pública foi o aspecto negativo mais lembrado pelos cariocas (3,7%).

Alimentação foi o principal problema relatado pelos mineiros (4,3%).

Vida noturna/entretenimento foi o aspecto que mais marcou negativamente os respondentes de Salvador (9%).

Tabela – Aspectos que marcaram negativamente

2.18 Houve alguma coisa que marcou NEGATIVAMENTE nessa sua última viagem: (Múltipla)	São Paulo	Brasília	Rio de Janeiro	Belo Horizonte	Ribeirão Preto	Salvador	Total	
							f	%
Hospedagem	3,0	1,0	0,3	2,0	1,5	1,0	23	1,5
Alimentação	2,7	2,5	2,0	4,3	3,0	1,0	41	2,7
Comércio/Compras	1,7	1,5	1,3	1,3	2,0	0,0	20	1,3
Locação de veículos	1,0	0,5	1,3	0,3	1,0	0,0	11	0,7
Vida noturna/entretenimento	1,7	1,0	0,3	1,3	2,5	8,5	35	2,3
Táxi	0,0	5,0	1,3	1,0	1,5	1,5	23	1,5
Transporte público	4,0	3,0	3,0	3,7	2,5	3,5	50	3,3
Limpeza pública	8,7	4,0	1,7	3,0	6,0	9,0	78	5,2
Segurança pública	4,7	3,0	3,7	1,3	2,5	6,0	53	3,5
Serviço de Comunicação p/ turista	3,3	1,0	0,7	1,0	1,5	0,5	21	1,4
Terminal rodoviário	0,3	0,5	0,3	1,0	1,5	1,0	11	0,7
Serviços bancários	0,3	0,0	0,0	2,0	1,5	2,0	14	0,9
Aeroporto	3,7	0,5	1,7	3,7	2,0	1,5	35	2,3
Nada	66,3	69,5	80,7	70,3	68,5	72,5	1073	71,5
Outro	5,0	11,0	4,7	7,3	7,5	9,5	107	7,1
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	1500	100,0

2.18.1 Outro, qual?	Total	
	f	%
Estradas	19	17,8
Infraestrutura	19	17,8
Clima	13	12,1
Preço	13	12,1
Hospitalidade	8	7,5
Serviço dos bares/restaurantes	5	4,7
Segurança	3	2,8
Tempo de viagem	3	2,8
Batida do veículo	2	1,9
Insetos	2	1,9
Praias	2	1,9
Saúde	2	1,9
NR	2	1,9
Outras citações	12	11,2
TOTAL	107	100,0

Expectativa X Realidade

Para a maioria dos entrevistados (58,8%) o destino escolhido correspondeu plenamente às expectativas. Avaliação reproduzida pela maioria dos entrevistados em todas as cidades consultadas (São Paulo – 47,3%; Brasília – 63,5%; Rio de Janeiro – 64,3%; Belo Horizonte – 68%; Ribeirão Preto – 53,5%; Salvador – 54,5%).

2.19 O que o(a) Sr(a) achou desse destino de acordo com a sua expectativa da viagem:	São Paulo	Brasília	Rio de Janeiro	Belo Horizonte	Ribeirão Preto	Salvador	Total	
							f	%
Superou as expectativas	40,7	20,5	25,7	19,3	32,5	24,5	413	27,5
Correspondeu plenamente	47,3	63,5	64,3	68,0	53,5	54,5	882	58,8
Correspondeu em parte	11,0	14,5	9,3	9,7	9,5	18,0	174	11,6
Não correspondeu/decepcionou	1,0	1,5	0,7	1,7	2,5	2,5	23	1,5
NS/NR	0,0	0,0	0,0	1,3	2,0	0,5	9	0,6
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	1500	100,0

Fernando de Noronha – PE surge como a cidade que a maior parte dos pesquisados gostaria de conhecer (11,3%). Em seguida, aparece a cidade do Rio de Janeiro – RJ (6,3%), Fortaleza – CE (6,0%) e Natal – RN (5,3%).

2.20 Qual(is) destino(s) brasileiro(s) o(a) Sr(a) gostaria de conhecer em viagens futuras:	Total	
	f	%
Fernando de Noronha PE	171	11,3
Rio de Janeiro	96	6,3
Fortaleza CE	91	6,0
Natal RN	80	5,3
Nordeste	70	4,6
Salvador BA	60	4,0
Recife PE	45	3,0
Bahia	41	2,7
Bonito MS	35	2,3
Gramado RS	34	2,3
Porto de Galinhas PE	34	2,3
Maceió AL	33	2,2
Manaus AM	28	1,9
Rio Grande do Sul	28	1,9
Porto Seguro BA	26	1,7
Cataratas do Iguaçu PR	25	1,7
Lençóis Maranhenses MA	24	1,6
Pantanal AM	24	1,6
Região Sul	24	1,6
Amazonas	23	1,5
Florianópolis SC	23	1,5
Santa Catarina	22	1,5
Maranhão	21	1,4
Ceará	20	1,3
Curitiba PR	20	1,3
Outros destinos*	312	21,2
NR/NS	104	6,9
TOTAL	1514	100

A maior parte dos pesquisados (49,3%) declarou que pretende frequentar praias/tomar sol em sua próxima viagem. Em seguida surge a intenção de conhecer pratos e comidas típicas (29,2%) e passeios para conhecer monumentos (25,5%).

Entre os entrevistados de São Paulo as atividades pretendidas mais citadas são frequentar a praia (49,7%), praticar atividades na natureza (36%) e conhecer monumentos (26,7%).

Frequentar praias (47%), conhecer monumentos (24%) e conhecer comidas típicas (24%) foram as atividades mais citadas pelos pesquisados de Brasília.

Entre os entrevistados do Rio de Janeiro as atividades mais vezes declaradas foram frequentar a praia (52,3%), conhecer comidas típicas (39%) e passear para conhecer monumentos (34,3%).

Frequentar praias (50,7%), conhecer culinária típica (29%) e ir para bares/restaurantes/boates (27,7%) foram as atividades mais citadas pelos respondentes mineiros. Atividades equivalentes foram as mais citadas pelos pesquisados de Ribeirão Preto (22%, 49% e 23%, respectivamente).

Entrevistados de Salvador declararam ter planos de frequentar a praia (44,5%), conhecer monumentos (36,5%) e conhecer a culinária típica da região escolhida (34%).

Tabela – Intenção de atividades dos entrevistados para a próxima viagem

2.21 Qual(is) atividade(s) o(a) Sr(a) gostaria de realizar na(s) próxima(s) viagem(ns): (Múltipla escolha - até 3 respostas)	São Paulo	Brasília	Rio de Janeiro	Belo Horizonte	Ribeirão Preto	Salvador	Total	
							f	%
Assistir a eventos esportivos	9,3	6,5	2,3	4,0	8,0	11,0	98	6,5
Assistir a shows, espetáculos	12,0	21,0	8,7	14,0	20,5	20,5	228	15,2
Conhecer pratos e comidas típicas	24,3	24,0	39,0	29,0	22,5	34,0	438	29,2
Fazer visitas a parques temáticos	12,0	16,5	10,7	5,7	22,0	12,0	186	12,4
Frequentar praias/tomar sol	49,7	47,0	52,3	50,7	49,0	44,5	740	49,3
Ir para bares/restaurantes/boates	23,7	19,5	19,7	27,7	23,0	31,5	362	24,1
Passeios para conhecer monumentos históricos	26,7	24,0	34,3	12,3	21,0	36,5	383	25,5
Assistir a apresentações folclóricas	1,0	10,5	7,0	1,7	2,0	18,0	90	6,0
Praticar atividades esportivas	11,7	15,5	4,3	3,0	11,0	10,5	131	8,7
Praticar atividades na natureza	36,3	15,0	18,3	18,7	18,0	20,5	327	21,8
Praticar atividades de aventura	14,7	8,5	4,7	9,3	13,5	7,0	144	9,6
Praticar atividades náuticas (mergulho, pesca, vela)	20,3	9,0	10,3	6,0	12,0	9,0	170	11,3
Vivenciar atividades no campo	7,0	3,5	1,7	2,7	6,0	5,0	63	4,2
Visitar destino religioso	1,3	5,0	1,3	2,0	4,5	4,0	41	2,7
Visitar parques ecológicos	5,0	8,5	8,7	3,3	6,0	10,5	101	6,7
Outra	0,7	1,5	1,3	3,7	3,5	1,5	30	2,0
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	1500	100,0

*O percentual total é superior a 100% pois trata-se de uma questão multipla

Tabela – Intenção de atividades dos entrevistados para a próxima viagem - Outros

2.21.1 Outro, qual?	Total	
	<i>f</i>	%
Conhecer cultura local	11	31,4
Descançar	7	20,0
Conhecer as belezas naturais	5	14,3
Nada	3	8,6
Não sei	3	8,6
Conhecer pessoas/fazer amigos	2	5,7
De tudo um pouco	2	5,7
Conhecer fabricas	1	2,9
Visitar amigos/ familiares	1	2,9
TOTAL	35	100,0

* A quantidade de citações é maior pois houve entrevistados que citaram mais de uma resposta

A maioria dos entrevistados (61,7%) declarou não ter visitado nenhum destino do Espírito Santo.

A maioria dos pesquisados de São Paulo (76%), Brasília (78,5%), Rio de Janeiro (53,3%), Ribeirão Preto (81%) e Salvador (65,5%) afirmou não ter visitado o estado.

A única cidade em que a proporção de respondentes que declarou ter visitado algum destino capixaba é superior às respostas negativas é Belo Horizonte, onde 71% dos entrevistados já conhece algum destino do Espírito Santo.

3.1 O(a) Sr(a) já visitou alguma cidade ou destino do Estado do Espírito Santo:	São Paulo	Brasília	Rio de Janeiro	Belo Horizonte	Ribeirão Preto	Salvador	Total	
							f	%
Sim	24,0	21,5	46,7	71,0	19,0	34,5	575	38,3
Não	76,0	78,5	53,3	29,0	81,0	65,5	926	61,7
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	1500	100,0

A maior parte dos 38,3% dos pesquisados que declarou ter visitado o Espírito Santo, 88,2% voltaria a visitar esse destino. Situação semelhante em todas as cidades (São Paulo – 91,7%; Brasília – 97,7%; Rio de Janeiro – 93,6%; Belo Horizonte – 80,8%; Ribeirão Preto – 89,5%; Salvador – 89,9%).

3.3 O(a) Sr(a) voltaria para alguma cidade ou destino do Estado do Espírito Santo:	São Paulo	Brasília	Rio de Janeiro	Belo Horizonte	Ribeirão Preto	Salvador	Total	
							f	%
1. Sim	91,7	97,7	93,6	80,8	89,5	89,9	507	88,2
2. Não	8,3	2,3	6,4	19,3	10,5	10,1	68	11,8
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	575	100,0

Entre os 11,8% dos entrevistados que declararam não ter vontade de retornar ao Espírito Santo, 41,2% afirmou que não há criação de atrativos que os faça voltar.

A maior parte dos entrevistados de São Paulo (33,3%) afirmou que seu retorno dependeria da melhor divulgação dos pontos turísticos e da melhoria da segurança.

Para os entrevistados de Brasília, o retorno seria possível com diminuição dos custos de pacotes (100%) e da redução do preço das hospedagens (100%).

Entre os entrevistado do Rio de Janeiro que citaram alguma melhoria a ser efetuada, a maior parte (22,2%) declarou que a divulgação dos pontos turísticos poderia despertar seu interesse em retornar ao Espírito Santo.

Para a maior parte dos mineiros que citaram mudanças possíveis, a mais citada (14,6%) foi melhorias na seguranças.

Para os entrevistados de Ribeirão Preto, a redução da tarifa de hospedagem (25%), das viagens rodoviárias (25%) e divulgação dos pontos turísticos (25%) poderiam despertar seu interesse em retornar.

A divulgação dos pontos turísticos (42,9%), a redução de custos de pacotes (14,3%) e da hospedagem (14,3%) foram mudanças citadas pelos respondentes de Salvador.

Tabelas – Atrativos que garantem retorno

3.4 O que poderia ser ofertado para que retorne ao Estado do Espírito Santo em suas próximas viagens a lazer:	São Paulo	Brasília	Rio de Janeiro	Belo Horizonte	Ribeirão Preto	Salvador	Total	
							f	%
Oferecer pacotes com menores custos	16,7	100,0	11,1	9,8	0,0	14,3	8	11,8
Reduzir preços de viagens aéreas	16,7	0,0	11,1	0,0	0,0	0,0	2	2,9
Reduzir preços de hospedagem	0,0	100,0	11,1	4,9	25,0	14,3	6	8,8
Reduzir preços de viagens rodoviárias	0,0	0,0	0,0	0,0	25,0	0,0	1	1,5
Fazer divulgação dos pontos turísticos do ES	33,3	0,0	22,2	7,3	25,0	42,9	11	16,2
Oferecer mais segurança	33,3	0,0	0,0	14,6	0,0	0,0	8	11,8
Nada	0,0	0,0	33,3	48,8	50,0	28,6	27	39,7
Outro	16,7	0,0	22,2	22,0	0,0	0,0	12	17,6
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	68	100,0

3.4.1 Outro, qual?	Total	
	f	%
Limpeza e infraestrutura melhores	7	58,3
Festas	1	8,3
Receptividade	1	8,3
Tecnologia	1	8,3
NR	2	16,7
TOTAL	12	100,0

Indicação do destino Espírito Santo

A maioria dos entrevistados (87,8%) declarou que indicaria uma visita ao Espírito Santo à famílias e amigos.

Entre todas as cidades consultadas, a maioria dos pesquisados afirmou que indicaria o Espírito Santo como destino de viagem (São Paulo – 91,7%; Brasília – 88,4%; Rio de Janeiro – 94,3%; Belo Horizonte – 84%; Ribeirão Preto – 81,6%; Salvador – 85,5%).

3.5 O(a) Sr(a) recomendaria para familiares ou amigos alguma cidade ou destino do Estado do Espírito Santo:	São Paulo	Brasília	Rio de Janeiro	Belo Horizonte	Ribeirão Preto	Salvador	Total	
							f	%
1. Sim	91,7	88,4	94,3	84,0	81,6	85,5	505	87,8
2. Não	8,3	11,6	5,7	16,0	18,4	14,5	70	12,2
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	575	100,0

Motivo pelos quais entrevistados não indicariam o Espírito Santo

Motivos que indicam a falta de divulgação do Espírito Santo como destino turístico – Desconhecimento acerca dos atrativos do estado e falta de informações sobre as cidades/destinos – reúnem a maioria dos entrevistados (67%).

Desconhecer os atrativos capixabas foi a resposta mais citada entre os pesquisados de São Paulo (41,5%), Brasília (36,6%), Rio de Janeiro (41,1%) e Belo Horizonte (38%).

A falta de informações sobre cidades e destinos capixabas foi o principal motivo declarado pela maior parcela dos entrevistados de Ribeirão Preto (42,6%).

A maioria dos respondentes de Salvador (57,4%) afirmou possuir outras prioridades de viagem.

3.6 Por quê? (Múltipla)	São Paulo	Brasília	Rio de Janeiro	Belo Horizonte	Ribeirão Preto	Salvador	Total	
							f	%
Desconhece os atrativos	41,5	36,6	41,1	38,0	40,8	33,3	387	38,9
Faltam informações turísticas sobre as cidades/destinos	30,3	18,0	34,5	7,4	42,6	28,4	279	28,1
Possui outras prioridades de viagens	18,8	28,0	19,0	35,5	17,2	57,4	274	27,6
Possui informações/percepções negativas sobre os serviços turísticos do ES	0,9	0,0	0,6	9,1	0,6	2,8	19	1,9
Outro	10,3	21,1	10,7	15,7	14,2	30,5	162	16,3
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	994	100,0

Tabela – Motivo pelos quais entrevistados não indicariam o Espírito Santo – Outros

3.6.1 Outro, qual?	Total	
	<i>f</i>	%
Falta de oportunidade	145	89,5
Não sei	9	5,6
Falta de infraestrutura	4	2,5
Insegurança	2	1,2
Faltam informações turísticas	1	0,6
Preço alto	1	0,6
TOTAL	162	100,0

Conhecimento sobre as Rotas Turísticas Capixabas

A maioria dos entrevistados (78,9%) afirmou não conhecer as rotas turísticas capixabas.

Situação se repete entre a maioria dos pesquisados de todas as cidades consultadas.

Em São Paulo, 81% dos pesquisados desconhecem as rotas turísticas.

Em Brasília, a porcentagem de declarantes que afirmaram não conhecer as Rotas é de 83,5%.

O Rio de Janeiro possui a maior parcela de entrevistados que declarou conhecer as rotas, 27%.

A maioria dos entrevistados de Belo Horizonte (74,7%), Ribeirão Preto (83,5%) e Salvador (82%) declarou desconhecer as rotas turísticas capixabas.

3.7 O(a) Sr(a) conhece ou já ouviu falar sobre as Rotas Turísticas Capixabas:	São Paulo	Brasília	Rio de Janeiro	Belo Horizonte	Ribeirão Preto	Salvador	Total	
							<i>f</i>	%
Sim	19,0	16,5	27,0	25,3	16,5	18,0	317	21,1
Não	81,0	83,5	73,0	74,7	83,5	82,0	1184	78,9
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	1500	100,0

As Rotas Turísticas mais conhecidas são a Rota do Sol e da Moqueca (34,8%) e a Rota do Mar e das Montanhas (30,4%). A Rota dos Sol e da Moqueca e a Rota dos Mar e das Montanhas foram as mais lembradas em São Paulo, Brasília, Belo Horizonte, Ribeirão Preto e Salvador (incluí-se nesse caso a Rota do Caparaó que foi citada por 27,8% dos entrevistados, mesma proporção da Rota do Sol e da Moqueca).

As Rotas mais citadas pelos entrevistados do Rio de Janeiro foram a Rota do Sol e da Moqueca (37%) e a Rota dos Vales e do Café (27,2%).

3.7 O(a) Sr(a) conhece ou já ouviu falar sobre as Rotas Turísticas Capixabas:	São Paulo	Brasília	Rio de Janeiro	Belo Horizonte	Ribeirão Preto	Salvador	Total	
							f	%
Rota do Sol e da Moqueca	28,1	21,2	37,0	36,8	57,6	27,8	110	34,8
Rota do Mar e das Montanhas	42,1	51,5	13,6	21,1	30,3	50,0	96	30,4
Rota do Verde e das Águas	12,3	18,2	12,4	11,8	18,2	27,8	48	15,2
Rota do Caparaó	19,3	6,1	13,6	13,2	12,1	8,3	41	13,0
Rota Caminhos dos Imigrantes	7,0	6,1	7,4	15,8	3,0	13,9	30	9,5
Rota dos Vales e do Café	5,3	0,0	27,2	2,6	3,0	5,6	30	9,5
Rota da Costa e da Imigração	5,3	9,1	7,4	2,6	3,0	2,8	16	5,1
Rota do Mármore e do Granito	1,8	3,0	2,5	1,3	6,1	5,6	9	2,9
Rota Imperial	8,8	3,0	2,5	9,2	15,2	5,6	22	7,0
Outra	7,0	15,2	7,4	22,4	15,2	13,9	42	13,3
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	316	100,0

*O percentual total é superior a 100% pois trata-se de uma questão múltipla

Gostaria de conhecer algum lugar do Espírito Santo

A maioria dos entrevistados (54,5%) declarou que gostaria de conhecer algum lugar do estado capixaba.

Somente em Belo Horizonte a maioria dos pesquisados (67,7%) afirmou que não tem vontade de conhecer algum destino do Espírito Santo.

A maioria dos respondentes de São Paulo (63,3%), Brasília (55%), Rio de Janeiro (63%), Ribeirão Preto (52,5%) e Salvador (63%) declarou que gostaria de conhecer algum lugar no Espírito Santo.

3.8 O(a) Sr(a) gostaria de conhecer algum lugar do Estado do Espírito Santo:	São Paulo	Brasília	Rio de Janeiro	Belo Horizonte	Ribeirão Preto	Salvador	Total	
							<i>f</i>	%
Sim	63,3	55,0	63,0	32,3	52,5	63,0	818	54,5
Não	36,7	45,0	37,0	67,7	47,5	37,0	683	45,5
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	1500	100,0

Destino que gostariam de conhecer – ES

A capital capixaba foi a mais citada pelos entrevistados como uma cidade do estado que eles gostariam de conhecer. Em seguida, surge Guarapari (9,9%), Vila velha (9,3%) e as cidades litorâneas (5,3%).

3.8.1 Se sim, qual(is)?	Total	
	f	%
Vitória	223	27,3
Guarapari	81	9,9
Vila Velha	76	9,3
Cidades Litoraneas	43	5,3
Marataizes	15	1,8
Cachoeiro do Itapemirim	14	1,7
Todo o estado	14	1,7
Rota do Sol e da Moqueca	13	1,6
Itaunas	11	1,3
Região Serrana	9	1,1
Rota do Verde e das Aguas	8	1,0
Piúma	7	0,9
Rota do Mar e das Montanhas	7	0,9
Camburi	5	0,6
Cariacica	5	0,6
Interior do estado	5	0,6
Rota do Caparaó	5	0,6
Outros*	89	10,2
NR/NS	190	23,2
TOTAL	818	100

Motivações para conhecer o Espírito Santo

A diversão motivaria a maior parcela dos entrevistados (39,1%) a visitar o Espírito Santo. Situação que se repete entre os respondentes das cidades de São Paulo (46%), Brasília (38%), Rio de Janeiro (38,7%) e Belo Horizonte (38,3%).

A maior parte dos pesquisados de Ribeirão Preto (39,5%) a elaboração de pacotes turísticos promocionais seria uma motivação para a visita.

Para a maioria dos pesquisados de Salvador (65%) a saúde motivaria uma visita ao Espírito Santo.

3.9 O que motivaria o(a) Sr(a) a visitar o Estado do Espírito Santo: (Múltipla)	São Paulo	Brasília	Rio de Janeiro	Belo Horizonte	Ribeirão Preto	Salvador	Total	
							f	%
Negócios/trabalho	7,7	11,5	4,3	10,0	16,0	14,0	149	9,9
Eventos/Congressos/Convenções/Feiras	5,3	11,5	4,0	7,3	13,0	14,5	128	8,5
Compras	6,0	13,5	4,7	1,3	3,0	4,5	78	5,2
Amigos/parentes	11,7	20,0	13,3	23,0	13,5	18,5	248	16,5
Saúde	2,7	9,0	0,3	1,0	0,5	65,0	161	10,7
Estudos	1,7	5,5	1,3	3,3	2,5	3,5	42	2,8
Festas	17,3	13,5	4,7	11,0	12,5	10,0	171	11,4
Diversão	46,0	38,0	38,7	38,3	38,0	32,5	587	39,1
Descansar	34,0	15,5	26,3	27,7	27,0	14,0	377	25,1
Visitar familiares	0,0	3,0	4,0	7,7	2,0	4,5	54	3,6
Pacotes turísticos promocionais	25,7	18,5	29,3	11,7	39,5	19,5	356	23,7
Shows religiosos	1,0	4,5	1,0	1,0	2,5	0,5	24	1,6
Outro	5,7	16,5	19,3	6,3	7,0	20,0	182	12,1
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	1500	100,0

Tabela – Motivações para conhecer o Espírito Santo – Outro

3.9.1 Outro, qual?	Total	
	<i>f</i>	%
Nada	100	54,9
Atrativos naturais	25	13,7
Curiosidade	15	8,2
Conhecer a cultura local	14	7,7
Comidas típicas	9	4,9
Divulgação do Estado	6	3,3
Atrações esportivas	4	2,2
Atrativos naturais	3	1,6
Melhora na infraestrutura	3	1,6
Oportunidade	2	1,1
Clima	1	0,5
TOTAL	182	100,0

Fatores que poderiam impedir ou dificultar uma viagem ao Espírito Santo

Para a maior parte dos pesquisados (22,5%) o fator que impediria uma viagem ao Espírito Santo seria a falta de segurança, mesmo resultado encontrado entre a maior parte dos entrevistados de São Paulo (33%), Brasília (37,5%) e Rio de Janeiro (10,3%).

Para a maior parcela dos respondentes de Belo Horizonte (23,7%) e Ribeirão Preto (37%) o impedimento seria a dificuldade de acesso.

A maioria dos entrevistados da capital baiana (67%) problemas com transporte público poderiam impedir sua viagem.

3.10 Qual(is) fator(es) poderia(m) impedir ou dificultar sua viagem ao Estado do Espírito Santo: (Múltipla)	São Paulo	Brasília	Rio de Janeiro	Belo Horizonte	Ribeirão Preto	Salvador	Total	
							f	%
Dificuldade de acesso	16,0	10,5	4,0	23,7	37,0	13,0	252	16,8
Falta de segurança	33,0	37,5	10,3	16,3	23,0	18,5	338	22,5
Falta de estrutura para o turismo	23,0	8,5	3,7	9,0	18,5	7,0	176	11,7
Problemas com transporte público	3,7	6,5	3,0	2,0	4,0	67,0	182	12,1
Clima	11,7	21,5	2,0	14,3	13,0	9,5	173	11,5
Problemas com a viagem de avião	7,3	7,0	1,0	4,7	2,0	2,5	62	4,1
Falta estrutura nos hotéis / pousadas	10,7	11,0	2,3	8,7	7,5	7,5	117	7,8
Falta estrutura nos bares / restaurantes	1,3	1,0	1,0	2,7	4,0	2,0	29	1,9
Excesso de turistas	3,0	4,5	3,7	15,7	4,5	2,0	89	5,9
Outro	29,0	25,0	75,3	30,3	36,0	47,5	621	41,4
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	1500	100,0

Tabela – Fatores que poderiam impedir ou dificultar uma viagem ao Espírito Santo – Outros

3.10.1 Outro, o que?	Total	
	<i>f</i>	%
Nada	361	57,5
Condições financeiras	101	16,1
Falta de tempo	40	6,4
Trabalho/emprego	34	5,4
Falta de informações	30	4,8
falta de oportunidade	17	2,7
Preço alto	12	1,9
Saude	10	1,6
dificuldade de acesso	4	0,6
Outras prioridades	4	0,6
Segurança publica	4	0,6
falta de infraestrutura	3	0,5
Distancia	2	0,3
Areia	1	0,2
Clima	1	0,2
Estradas	1	0,2
Não sei	1	0,2
Receptividade local	1	0,2
Tudo	1	0,2
TOTAL	628	100,0

A maioria dos pesquisados (50,2%) associa turismo com descanso/tranquilidade. Situação reproduzida pela maior parcela de entrevistados de São Paulo (48,7%), Belo Horizonte (58%) e Ribeirão Preto (70%).

A maior parte dos respondentes de Brasília (51%), Rio de Janeiro (50%) e Salvador (60%) associaram turismo com diversão/entretenimento.

No quadro geral, descanso/tranquilidade é sucedido por Diversão/entretenimento (48,8%) e beleza natural/lugares bonitos (38,4%).

3.14 O(a) Sr(a) associa turismo com: (Múltipla resposta - até 3 respostas)	São Paulo	Brasília	Rio de Janeiro	Belo Horizonte	Ribeirão Preto	Salvador	Total	
							f	%
Descanso/tranquilidade	48,7	32,5	45,3	58,0	70,0	46,0	753	50,2
Diversão/entretenimento	37,7	51,0	50,0	51,7	46,0	60,0	732	48,8
Beleza natural/lugares bonitos	43,3	28,5	38,0	29,7	44,0	49,0	576	38,4
Cultura	43,0	38,5	27,7	18,7	29,5	42,0	488	32,5
Felicidade	12,7	50,0	15,3	13,0	14,5	10,5	273	18,2
Aprendizado/conhecimento	15,0	10,5	8,0	10,3	11,5	19,0	182	12,1
Novas experiências	24,7	23,5	17,3	21,0	31,0	30,5	359	23,9
Novas amizades	9,0	15,0	9,7	4,7	11,0	14,5	152	10,1
Associações a lugares	2,0	0,0	0,3	0,7	2,5	4,5	23	1,5
Outro	0,3	12,5	0,0	3,7	0,0	1,0	39	2,6
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	1500	100,0

*O percentual total é superior a 100% pois trata-se de uma questão múltipla

3.14.1 Outro, o que?	Total	
	<i>f</i>	%
Lazer	9	23,1
Passeio	4	10,3
Culinária	3	7,7
Férias	3	7,7
Praia	3	7,7
Viagem	3	7,7
Prazer	2	5,1
Sair da rotina	2	5,1
Não sei	2	5,1
Aventura	1	2,6
Bem estar	1	2,6
Escolhas próprias	1	2,6
Esportes	1	2,6
Hospitalidade	1	2,6
Motivação	1	2,6
Novas experiencias	1	2,6
Novidade	1	2,6
TOTAL	39	100,0

Comparação do Espírito Santo com outros estados

Os estados vizinhos ao Espírito Santo foram os mais citados como comparativos. Rio de Janeiro, já declarado como tendo natureza semelhante ao estado capixaba, surge na primeira posição (20,5%), sucedido por Bahia (9,7%) e Minas Gerais (5,3%).

3.11 Com que outro Estado brasileiro o(a) Sr.(a) compara o Espírito Santo turisticamente:	Total	
	f	%
Rio de Janeiro	307	20,5
Bahia	145	9,7
Minas Gerais	79	5,3
Santa Catarina	37	2,5
Ceará	31	2,1
Pernambuco	31	2,1
São Paulo	31	2,1
Alagoas	30	2,0
Sergipe	29	1,9
Paraná	19	1,3
Rio Grande do Norte	16	1,1
Pará	12	0,8
Acre	11	0,7
Maranhão	11	0,7
Rio Grande do Sul	10	0,7
Outros estados*	56	3,7
Nenhum	215	14,3
Não sei	430	28,7
TOTAL	1500	100

Palavras associadas ao Espírito Santo

Praia, Sol, Beleza e Mar foram as palavras mais associadas ao Espírito Santo.

3.12.1 Cite 3 (três) palavras que associa ao Estado do Espírito	Total	
	f	%
Praia	361	24,1
Beleza	99	6,6
Mar	51	3,4
Sol	45	3,0
Moqueca	35	2,3
Tranquilidade	33	2,2
Natureza	32	2,1
Bonito	28	1,9
Lazer	21	1,4
Desconhecido	18	1,2
Hospitalidade	16	1,1
Diversão	15	1,0
Montanhas	15	1,0
Capixaba	14	0,9
Cultura	14	0,9
Guarapari	13	0,9
Calor	12	0,8
Chocolate	12	0,8
Comida típica	11	0,7
Culinária	10	0,7
Outras palavras*	426	31,1
NR	219	14,6
TOTAL	1500	100

3.12.2 Cite 3 (três) palavras que associa ao Estado do Espírito Santo PALAVRAS	Total	
	f	%
Praia	190	12,7
Sol	105	7,0
Beleza	46	3,1
Natureza	43	2,9
Diversão	42	2,8
Montanhas	39	2,6
Tranquilidade	35	2,3
Mar	32	2,1
Lazer	28	1,9
Calor	24	1,6
Clima	24	1,6
Moqueca	23	1,5
Festas	17	1,1
Peixe	17	1,1
Hospitalidade	16	1,1
Culinária	15	1,0
NR	242	16,1
Outras palavras*	562	41,5
TOTAL	1500	100

3.12.3 Cite 3 (três) palavras que associa ao Estado do Espírito Santo PALAVRAS	Total	
	f	%
Praia	108	7,2
Sol	66	4,4
Beleza	52	3,5
Mar	52	3,5
Natureza	49	3,3
Diversão	42	2,8
Lazer	40	2,7
Tranquilidade	27	1,8
Turismo	26	1,7
Calor	24	1,6
Comida típica	24	1,6
Descanso	24	1,6
Hospitalidade	23	1,5
Montanhas	20	1,3
Moqueca	20	1,3
Clima	18	1,2
Culinária	17	1,1
Festa	16	1,1
Areia	15	1,0
NR	311	20,7
Outras palavras	526	38,0
TOTAL	1500	100

Cores associadas ao Espírito Santo

As cores associadas mais frequentemente ao estado capixaba pelos consultados na pesquisa em tela foram: Azul, Verde, Amarelo e Branco.

3.13.1 Cite 3 (três) cores que associa ao Estado do Espírito Santo - QD 1	Total	
	f	%
Azul	427	28,5
Verde	261	17,4
Amarelo	130	8,7
Branco	112	7,5
Vermelho	88	5,9
Preto	38	2,5
Marrom	37	2,5
Cinza	20	1,3
Rosa	13	0,9
Laranja	9	0,6
Roxo	5	0,3
Bege	2	0,1
Prata	2	0,1
Coral	1	0,1
Lilás	1	0,1
NR	354	23,6
TOTAL	1500	100

3.13.2 Cite 3 (três) cores que associa ao Estado do Espírito Santo - QD 2	Total	
	f	%
Azul	282	18,8
Verde	261	17,4
Amarelo	192	12,8
Branco	130	8,7
Vermelho	91	6,1
Marrom	33	2,2
Preto	32	2,1
Laranja	22	1,5
Cinza	21	1,4
Rosa	20	1,3
Roxo	6	0,4
Bege	5	0,3
Lilás	2	0,1
caramelo	1	0,1
dourado	1	0,1
Prata	1	0,1
NR	400	26,7
TOTAL	1500	100

3.13.3 Cite 3 (três) cores que associa ao Estado do Espírito Santo - QD 3	Total	
	f	%
Branco	215	14,3
Amarelo	207	13,8
Verde	195	13,0
Azul	164	10,9
Vermelho	110	7,3
Marrom	44	2,9
Preto	30	2,0
Cinza	29	1,9
Laranja	21	1,4
Rosa	20	1,3
Bege	11	0,7
Roxo	8	0,5
Lilás	5	0,3
Creme	1	0,1
Dourada	1	0,1
Prata	1	0,1
NR	438	29,2
TOTAL	1500	100

Considerações Finais

O perfil do potencial turista é do sexo masculino (52,1%), na faixa entre 25 e 39 anos (44,8%), solteiro (49,5%), com ensino médio completo (31,6%).

A faixa de renda individual mais representativa (14,7%) é a que corresponde a ganhos entre R\$ 2.489,00 e R\$ 3.110,00, com média de faturamento pessoal, por entrevistado, de R\$ 3.973,63.

A faixa de renda familiar com ganhos entre R\$ 6.221,00 a R\$ 12.440,00 corresponde a 15,5% da amostra. A média de renda mensal familiar foi de R\$ 7.073,43.

A maior parcela dos pesquisados (40,9%) é assalariado e tem carteira assinada.

No que tange aos hábitos de viagem, a maior parte dos respondentes (22,3%) considera o final do ano como o momento mais propício para viajar, e o melhor destino são cidades litorâneas (73%).

Com relação a última viagem, a maior parcela dos entrevistados (7,9%) teve como destino a cidade de São Paulo, sucedida por estados vizinhos ao Espírito Santo (Rio de Janeiro – 7,4% e Salvador – 6,2%).

O principal motivo desta viagem foi para rever familiares e amigos (27,9%).

Não houve um fator decisivo especial para a escolha deste destino, exceto esta visita a familiares e amigos.

As informações coletadas acerca do destino da última viagem partiram de amigos e parentes (32,7%).

Viagem foi curta, durou, para a maioria dos pesquisados, entre 3 e 7 dias (50,2%) e foi uma viagem familiar (33,1%).

O meio de transporte mais utilizado para chegar ao destino foi o transporte aéreo (62,8%).

A maior parcela dos pesquisados hospedou-se na casa de parentes ou amigos (42,9%), por isso, predominou a falta de programação de reserva (34,4%).

O planejamento foi realizado em menos de três meses (71,6%).

A média de gastos foi de R\$ 2.050,16 e, para 91,3% dos pesquisados, incluiu até três pessoas.

Atrativos naturais (34,9%), as pessoas (25,4%) e as praias (25,4%) foram as lembranças mais positivas.

Limpeza pública (5%), segurança pública (3,4%) e transporte público (3,3%) foram os aspectos negativos mais citados.

De qualquer forma, para a maioria dos respondentes (58,8%), o destino escolhido correspondeu às expectativas.

Fernando de Noronha (11,3%), Rio de Janeiro (6,3%) e Fortaleza (6%) são os destinos que a maior parcela dos pesquisados gostaria de conhecer.

Entre as atividades almejadas para as próximas viagens incluem-se frequentar praias (49,3%), conhecer a culinária local (29,2%) e passear para conhecer os monumentos locais (25,5%).

Sobre o Espírito Santo.

A maioria dos entrevistados (61,7%) nunca visitou o Espírito Santo. Entre aqueles que visitaram, a visita foi de menos de duas vezes.

Entre os 38,3% dos respondentes que já conhecem algum destino capixaba, 88,2% voltaria a visitá-lo.

A divulgação dos pontos turísticos (16,2%), pacotes com menos custos (11,8%) e segurança (11,8%) seriam os atrativos que poderiam auxiliar no interesse do turista para retornar ao Espírito Santo.

A maioria dos entrevistados (87,8%) recomendaria o Espírito Santo como destino turístico para parentes e amigos.

Entre os 12,2% dos pesquisados que não indicariam o Espírito Santo, razões ligadas à falta de divulgação dos atrativos turísticos e, conseqüentemente, ao desconhecimento destes (67%).

Devido a estes fatores, as rotas turísticas não são conhecidas por 78,9% dos consultados.

Entre os 21,1% que as conhecem, as rotas mais conhecidas são as rotas do Sol e da Moqueca (34,8%) e do Mar e das Montanhas (30,4%).

A maioria dos entrevistados (54,5%) gostaria de conhecer algum destino turístico do Espírito Santo, e os destinos mais citados são a capital Vitória (27,3%), Guarapari (9,9%) e Vila Velha (9,3%).

As principais motivações que instigariam a maior parte dos entrevistados a visitar o Espírito Santo seriam opções de diversão (38,9%), de descanso (25,1%) e pacotes turísticos promocionais (23,7%).

Fatores como a falta de segurança (22,5%) e a dificuldade de acesso (16,8%) prejudicariam uma visita ao estado.

Na comparação com outro estado , o Espírito Santo foi comparado turisticamente aos seus estados vizinhos, Rio de Janeiro (20,5%), Bahia (9,7%) e Minas Gerais (5,3%).

Praia, beleza, mar e sol foram as palavras mais associadas ao estado.

No que concerne às cores, o Espírito Santo foi colorido , pela maior parte dos pesquisados, com as cores da bandeira do Brasil.



Porto Alegre RS (1,3%); São Paulo (1,1%); Pernambuco, João Pessoa PB (0,9%); Minas Gerais, Ouro Preto MG (0,8%); Aracaju SE, Amazonia (0,7%); **Espirito Santo**, serras gauchas (0,6%); Brasília DF, Ilheus BA, Pará, Belém PA (0,5%); Angra dos Reis RJ, Campos do Jordão SP, Paraná, Rio Grande do Norte, São Luís MA (0,4%); Belo Horizonte MG, Caldas Novas GO, Chapada Diamantina BA, Mato Grosso, Teresina PI, **Vitória ES**, Alagoas, Búzios RJ, Paraíba, Região Norte, Sallinas PA, Santos SP (0,3%); Blumenau SC, Caravelas BA, **Guarapari ES** (0,2%); Camburiu SC, Campo Grande MS, Canela RS, Chapada dos Veadeiros GO, Cidades Litoraneas, Costa do Sauipe BA, Goiania GO, Jurere SC, Maragogi AL, Maresias SP, Pantanal, Pedra de Mina RJ, Piauí, Rio Branco AC, **São Mateus ES**, todo o brasil, **Aracruz ES**, Arraial da Ajuda BA, Barra da Graça BA, Brumadinho MG, Cabo de Santo Agostinho PE, Cancun, Canoa Quebrada CE, Caxambu MG, Caxias do Sul RS, Chapada dos Guimarães MT, Disney, Fernando de Noronha PE, Goias, Ilha Bela SP, Ilha de Marajó PA, Ipojuca PE, Itararé SP, Jalapão TO, **Marataizes ES**, Pelotas RS, Poços de Caldas MG, Porto das Dunas CE, Prado BA, Praia Bejo Velho PE, Praia da Macumba RJ, Praia da Pipa RN, Sallinas, Tocantins, Trindade RJ, **Vila Velha ES** (0,1%).

Descansar, Pequeno, Violência, Vitória (0,6%); Paz, Família, Mineiros, Roberto Carlos, Vida (0,5%); Alegre, Areia, Serra, Sujeira, Turista (0,4%), Água, Amor, Bom, Felicidade, Histórico, Litoral, Peixe, Receptividade, Turismo, Aconchegante, Amizade, Calmo, Convento da Penha, Festa, Frio, Insegurança, Lindo, Longe, Mulheres, Paraíso, Pessoas (0,3%); Agradável, Bares, Campo, Clima, Educação, Igreja, Mulheres bonitas, Parque, Perto, Porto, Quente, Religião, Segurança, Surf, Vila Velha (0,2%); Amém, Antipatia, Balada, bondade, Café, Camarão, Carnaval, Crianças, Curiosidade, Curtição, Desorganização, Divino, Esquecimento, Favela, Férias, Flores, Folclore, Horizonte, Imigração, Interior, Jovens, Limpeza, Lotado, Maravilhoso, Navio, Nordeste, Organização, Paisagem, Passeio, Pontos turísticos, Prazer, Rio, Santos, Saúde, Sossego, Trabalho, Violenta, Acessibilidade, Acolhedor, Alimentação, Amarelo, Anchieta, Arquitetura, Atraente, Atraso, Aventura, Bagunça, Bahia, Bambam, Bíblia, Branco, Brilho, Cais do porto, Camping, Céu, Churrasco, Cidade, Cidade histórica, Cidade legal, Cidade turística, Clima quente, Colatina, Comidas típicas, Comodidade, Compras, Comum, Conchas, Cordialidade, Correia, Corrupção, Criminalidade, Curso, Desânimo, Desenvolvimento,

Desinteresse, Deus, Diferente, Dificuldade, Dinâmica, Dinheiro, Discreto, Distante, Diversa, Divulgação, Energia, Entediante, Esporte, Falta de educação, Falta de receptividade, Feijão, Feio, Floresta, Futebol, Gente, Gente bonita, Gostoso, Granito, Igualdade, Indústria, Infância, Interessante, Lagos, Lagosta, Lar, Legal, Liberdade, Luar, Macho, Mal divulgado, Maré alta, Maresia, Menta, Miscigenação, Miséria, Moradia, Morro, Multidão, Museu, Não divulgado, Noite, Nome, Nome bonito, Nuvens, Orlas preservadas, Ótimo, Panela de barro, Pão de queijo, Pedra, Perua, Pesca, Petróleo, Pobreza, Poluição, Qualidade de vida, Restaurantes, Rotas Turísticas, Saudável, Serenidade, Shopping, Sudeste, Tartaruga, Terra, Terra do sol, Trânsito, Valentia, Vales, Vegetação, Vento, Verão (0,1%).

Comidas típicas, Cultura (0,9%); Chocolate, Descanso, Receptivo, Turismo (0,8%); Bonito (0,7%); Alegria, Limpeza, Serra, Sujeira, Vida (0,6%); Bares, Água, Beleza natural, Campo, Desconhecido, Mulheres, Violência (0,5%); Distante, Guarapari, Porto, Restaurante (0,4%); Calmo, Capixaba, Felicidade, Histórico, Paz, Vitória, Amizade, Areia, Balada, Entretenimento, Família, Passeio, Pequeno, Pessoas, Roberto Carlos, Saúde, Verdes (0,3%); Amor, Café, Desinteressante, Férias, Frio, Gastronomia, Harmonia, Longe, Mineiro, Monumentos históricos, Mulheres bonitas, Organização,

Pedras, Pessoas bonitas, Santos, Segurança, Surf, Verão, Vila Velha (0,2%); Aconchegante, Atrativos turísticos, Barato, Bons restaurantes, Cachoeiras, Carnaval, Céu, Colonização, Compras, Conforto, Corrupção, Desorganização, Deus, Dunas, Econômico, Ecoturismo, Estrutura turística, Falta de estrutura turística, Florestas, Gente bonita, Igrejas, Insegurança, Interior, Litoral, Morro, Navio, Paisagem, Panela de barro, Parques, Povo, Prazer, Quente, Religião, Riquezas naturais, Simpatia, Simples, Sossegado, Terra, Vento, Acolhedora, Ambiente, Amistoso, Animado, Apagado, Ar livre, Arte, Astral, Atraente, Aventura, Azul do céu, Bacana, Baixos custos, Barco, Bem estar, Biblioteca, Bofe, Bom, Bombom, Bones, Branco, Brandura, Brasileiro, Cachaça, Camaradagem, Caminhar, Centro histórico, Churrasco, Chuva, Cidade pequenas, Clube, Comida boa, Contagante, Convento da Penha, Coração, Cordialidade, Cortesia, Cosmopolita, Costumes, Curiosidade, Curtição, Dia, Dignidade, Divulgação, Ecologia, Enchentes, Encontro, Esgoto, Estrada, Excesso de pessoas, Exercício, Exportação, Exuberância, Falta de conhecimento, Falta de informação, Farofa, Fauna, Fazendas, Feio, Ferrovia, Flores, Fome, Forró, Fraternidade, Futuro, Granito, Grosseiro, lates, Ilhas, Imperio, Inexpressivo, Interessante, Isolado, Itamar, Itaoca, Itaunas, Jacu, Jesus, Kiosques, Lagoas, Liberdade, Lindo, Lotado, Luz, Macacos, Magia, Mal divulgado, Mal frequentado, Manguinhos,

Maravilhoso, Melhor, Meninas, Mistério, Monotonia, Multidão, Natural, Nautica, Negócios, Net, Noitada, Noticias, Opção, Oportunismo, Orquidário, Ostra, Pacata, Pacifico, Paradisiaco, Paraíso, Pasto, Perceptividade, Perto, Petróleo, Pirão, Piscina, Pobreza, Poluição, Ponto turístico, Positividade, Pouco turística, Praça, Proximidade, Qualidade de vida, Queijo, Quiosques, radioatividade, Relevô, Repouso, Rio, Roubo, Sal, Saudade, Sem infra-estrutura, Sem opção, Serviço, Shopping, Simplicidade, Sotaque, Sudeste, Surpreendente, Trabalho, Tráfico, Transporte, Trem, Trilhas, Tumulto, Variedade, Vasta aérea, Vilarejos (0,1%).

Alegria, Cultura, Receptividade (0,8%); Campo, Férias (0,7%); Organização, Peixe, Bares, Paisagem, Paz, Povo, Verdes (0,5%); Água, Amizade, Cerveja, Curiosidade, Roberto Carlos, Sujeira, Vento, Vila Velha, Violência (0,4%); Carnaval, Chocolate, Desconhecido, Família, Gastronomia, Gente bonita, Guarapari, Histórica, Mulheres bonitas, Pessoas, Verão, Vitória, Felicidade, Floresta, Religião, Shows (0,3%); Agradável, Amor, Calmo, Camarão, Capixaba, Cidade histórica, Esporte, Igrejas, Insegurança, Liberdade, Limpeza, Lual, Mineração, Navio, Passeios, Pedras, Proximidade, Restaurantes, Saúde, Shopping, Simpatia, Vida (0,2%); Aconchegante, Boates, Caro, Colonização, Compras, Confortável, Conhecimento, Convento da Penha,

Cordialidade, Curtição, Desenvolvimento, Desorganização, Economia, Escura, Feiras, Frio, Gentileza, Horizonte, Infraestrutura, Integração, Interessante, Longe, Lugares bonitos, Marte, Mato, Morros, Orla, Panela de barro, Pequeno, Petróleo, Pobreza, Poluição, Ponte, Pontos turísticos, Pousadas, Precario, Rios, Rural, Sal, Segurança, Serra, Surf, Terra, Acessível, Acolhedor, Alcool, Amigavel, Animado, Animais, Antiquado, Artefatos historicos, Aventura, Baixo custo, Balneario, Banana, Barcos, Bbronzejamento, Bebida, Boa alimentação, Bom, Bons hotéis, Bons onibus, Brasil, Brisa, Cachoeiras, Café, Caminhar, Cangas, Cariacica, Centro oeste, Céu, Cheio, Chuva forte, Cidade nao turistica, Civilidade, Claridade, Colorido, Comercio, Comodidade, Comunicação, Dança, Desinteresse, Desleixo, Desmanche de carro, Desprazeroso, Diferente, Dificil acesso, Distante, Diversidade, Domingos Martins, Drinks, Dunas, Educação, Encantador, Entretenimento, Esperança, Espírito santo, Espirituoso, Esquecido, Eventos, Exuberante, Facil locomoção, Facilidade no acesso, Falta de infraestrutura, Farofa, Feriados, Ferrovia, Festas, Fiscalização, Fisica, Folclore, Folia, Frase, Girias, Guriri, Harmonia, Humanidade, Humildade, Ilhas, Indiferente, Individualidade, Itapemirim, Juventude, Legal, Localização, Mal divulgada, Marisia, Marrom, Mendigo, Mergulho, Monumentos, Musica, Não divulgado, Não popular, Naturalidade, Nautica, Negocios, Novidade, Nuvens, Onibus,

Pacata, Panqueca, Papel, Paraíso, Perto, Pesca, Pira, Piscinas, Piuma, Plástica, População, Pouca divulgação, Praias, Preço, Quente, Rico, Rochas, Rosa, Salário, Santidade, Santos, São Mateus, Saudade, Sede, Selva, Sem atrativo, Sem ponto turístico, Simplicidade, Sorveterias, Sossego, Temperos, Ternura, Trabalho, Tradição, Transaldo, Transito, Verdade, Viagem de trem, Visual (0,1%);



meta

pesquisas de opinião

Rua Allan Kardec, 63 – Glória - CEP. 90680-310 -
Porto Alegre/RS

Fone: (51) 3315-2456

www.metapesquisa.com.br

meta@metapesquisa.com.br