



**Perfil Sócio econômico do Turista
de Eventos Apoiados / Captados pelo
Recife Convention & Visitors Bureau**

**Relatório de Pesquisa
2009**

DADOS GERAIS SOBRE A PESQUISA

I- Apresentação: este relatório apresenta os resultados das pesquisas de opinião quantitativas, realizadas em todos os eventos apoiados pelo Recife Convention & Visitors Bureau, em 2009, na **Região Metropolitana do Recife**.

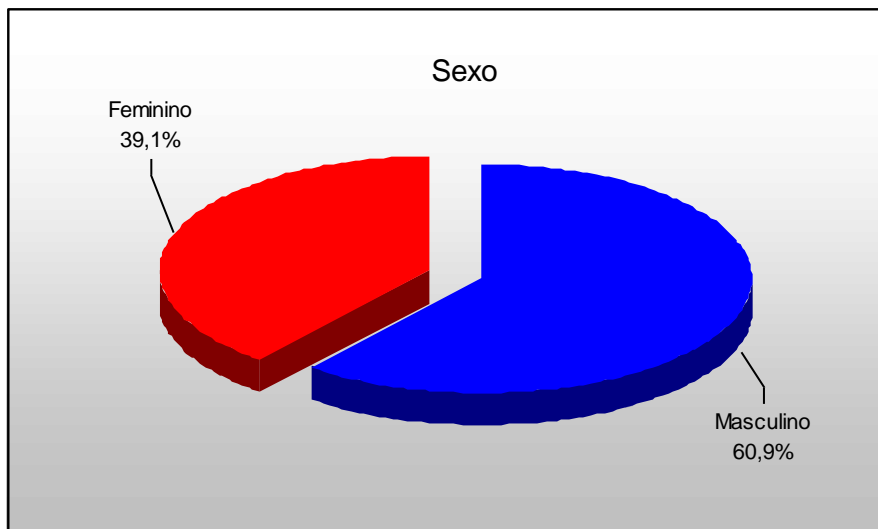
II - Objetivos: identificar o perfil sócio econômico do turista de eventos.

III - Metodologia e amostra: a pesquisa foi feita de acordo com a técnica de survey de opinião, que consiste na aplicação de questionários estruturados e padronizados.

Foi definida uma amostra de 2.711 questionários, aplicados com os turistas participantes dos eventos (público e expositores) apoiados e/ou captados pelo Convention. Esse número de questionários assegura uma margem de erro de 5% para mais ou para menos nos resultados obtidos, com intervalo de confiança de 95%. A escolha dos entrevistados foi feita de forma aleatória, utilizando-se a estratégia de ponto fixo para a escolha.

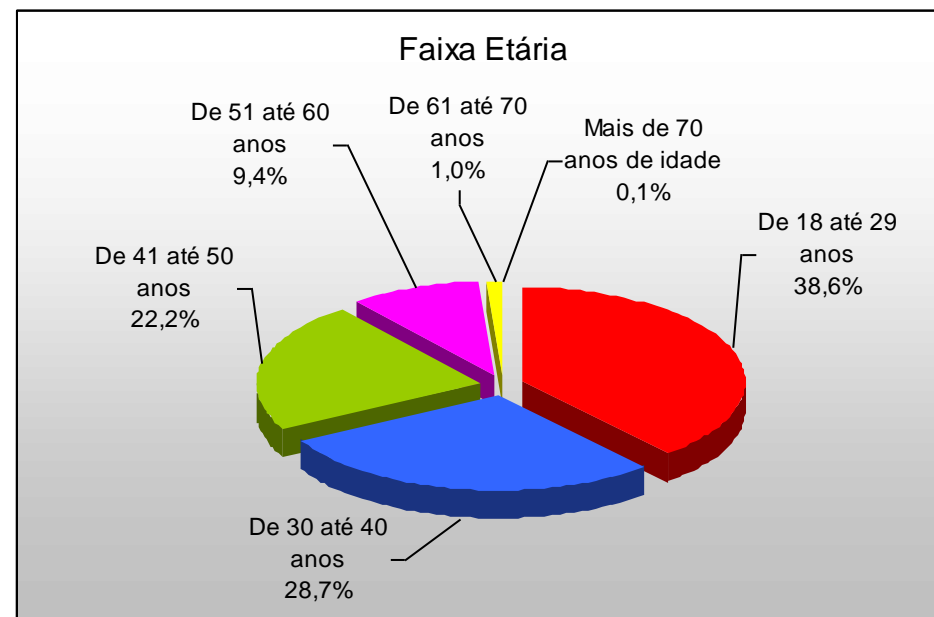
IV- Coleta dos dados: a coleta de dados foi feita por entrevistadores treinados e supervisionados por técnicos da Método Pesquisa e Consultoria.

PERFIL DO TURISTA – SEXO, FAIXA ETÁRIA



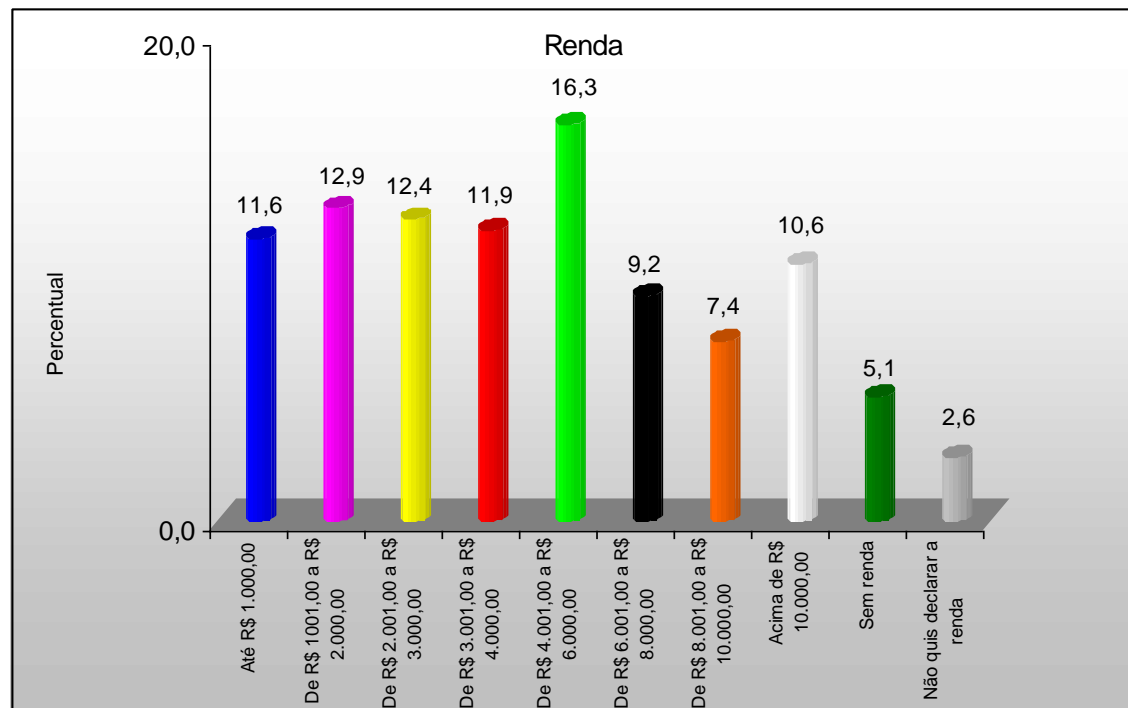
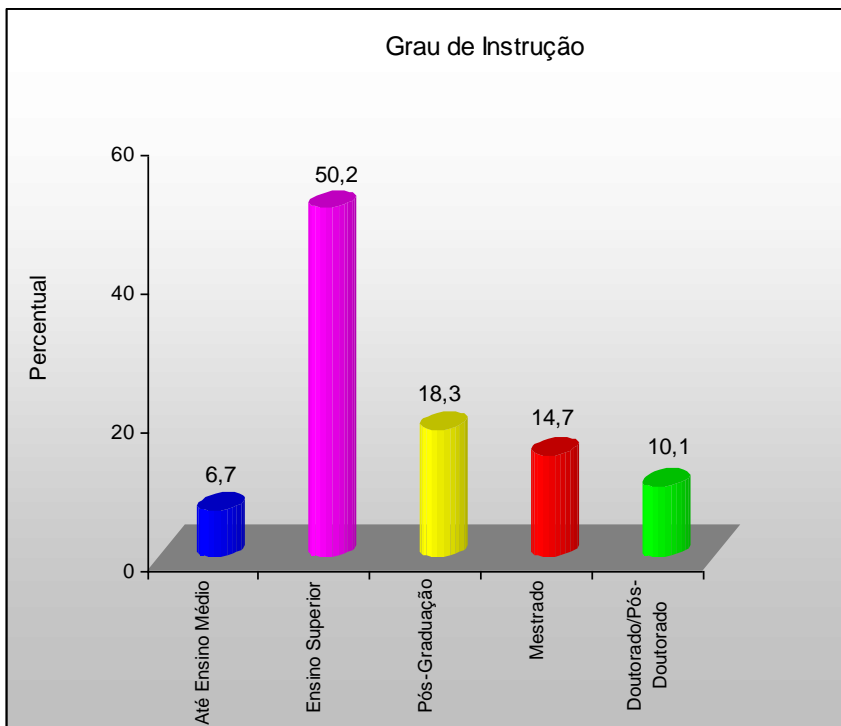
Houve uma predominância de turistas do sexo masculino nos eventos (60,9%). O percentual de mulheres foi de 39,1%.

No que se refere à faixa etária, foi registrada uma proporção mais elevada de jovens (38,6% na faixa de 18 a 29 anos), provavelmente devido ao grande número de estudantes nos eventos patrocinados por entidades ligadas a ensino e pesquisa. Observa-se o percentual bem discreto de pessoas com mais de 50 anos (10,5%), estando metade dos entrevistados (50,9%) na faixa entre 30 e 50 anos.



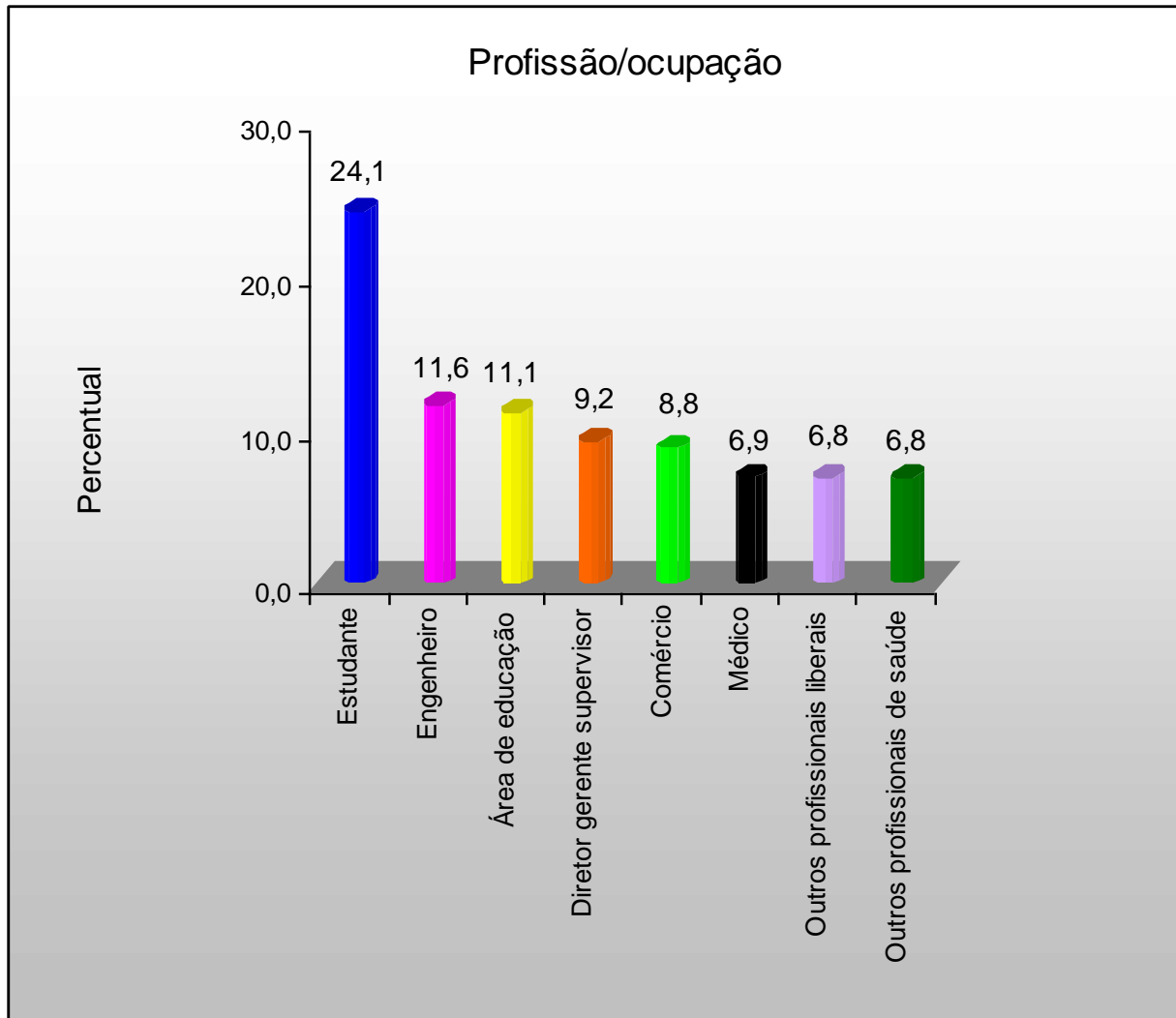
PERFIL DO TURISTA – GRAU DE INSTRUÇÃO, RENDA

O grau de instrução e a renda dos entrevistados reflete os diferentes perfis de público em função dos eventos realizados. A distribuição dos resultados nas diversas faixas de renda mostra a heterogeneidade dos turistas participantes.



Em sua maioria, os turistas que participam dos eventos são, no mínimo, estudantes universitários. Chegou a 43,1% os que tinham nível de pós graduação ou mais. Esse perfil de turista gera expectativas mais elevadas e, conseqüentemente, avaliações mais críticas em relação à cidade e aos serviços oferecidos.

PERFIL DO TURISTA - PROFISSÃO



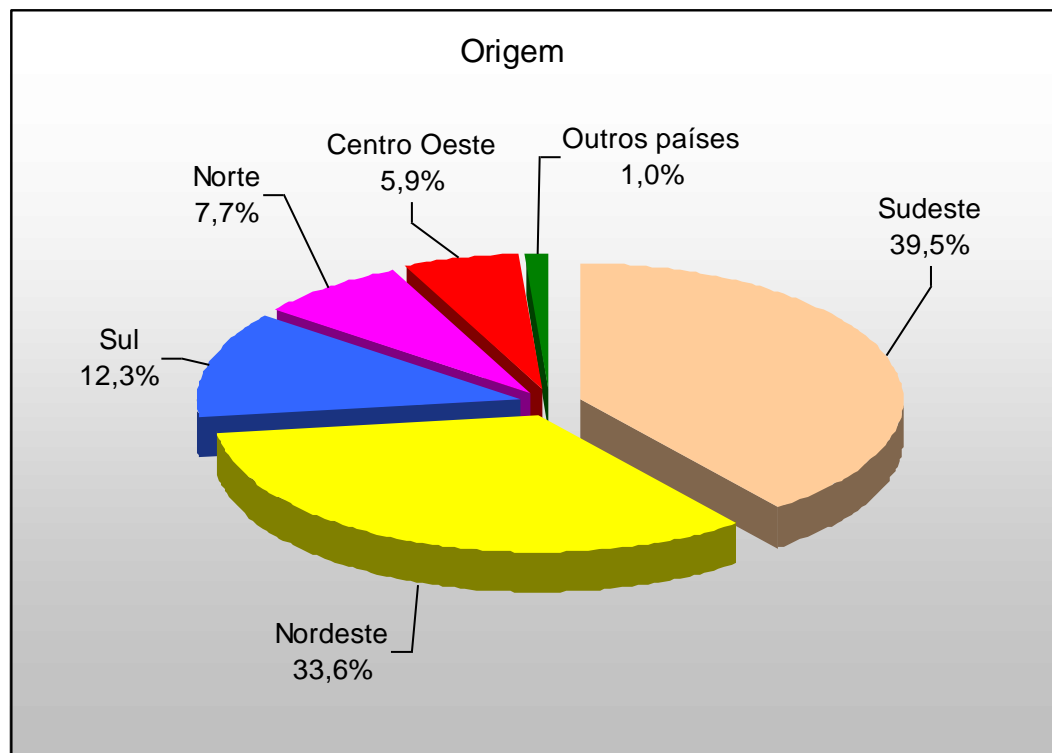
As profissões registradas com maior frequência são um reflexo das áreas específicas dos eventos realizados, destacando-se as profissões ligadas às áreas de saúde (13,7%), engenharia (11,6%) e educação (11,1%), distribuindo-se os estudantes entrevistados (24,1%) nessas áreas.

PERFIL DO TURISTA - ORIGEM

Um pouco mais da metade (51,8%) dos turistas vieram das regiões Sudeste (39,5% deles) e Sul (12,4%). A região Nordeste contribuiu com 33,6% dos turistas entrevistados.

Os estados que se destacaram como emissores são apresentados no quadro abaixo.

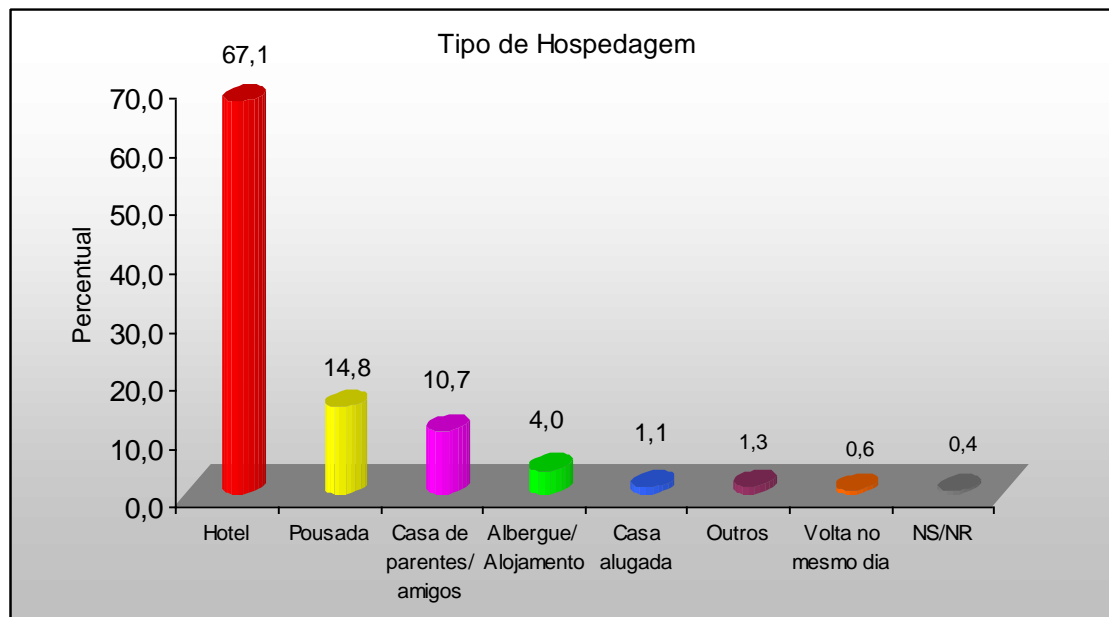
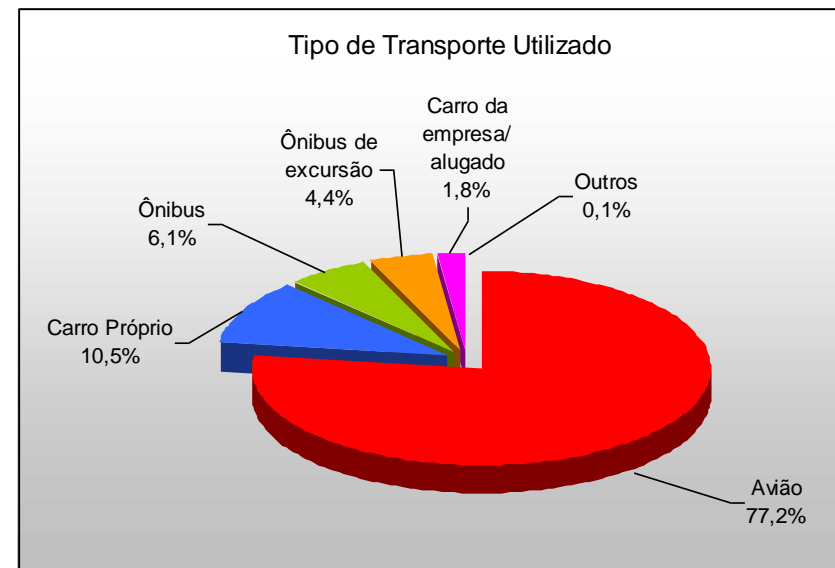
ESTADOS	%
São Paulo	19,1
Rio de Janeiro	9,9
Bahia	8,1
Minas Gerais	6,9
Paraíba	6,4
Rio Grande do Sul	5,3
Ceará	5,2
Pará	4,8
Rio Grande do Norte	4,3
Paraná	4,1
Alagoas	3,8



TIPO DE TRANSPORTE E HOSPEDAGEM UTILIZADOS PELOS TURISTAS

O avião foi o meio de transporte mais utilizado (77,2%), como seria esperado. Vieram pela GOL 47,7% deles seguido pela TAM com 41,4%.

Utilizaram carro próprio 10,5% dos consultados, enquanto 10,5% fizeram uso de ônibus (6,1% ônibus e 4,4% ônibus de excursão).



Hotel foi o tipo de hospedagem mais utilizado (67,1%), seguido de pousadas (14,8%) e casa de parentes/amigos(10,7%).

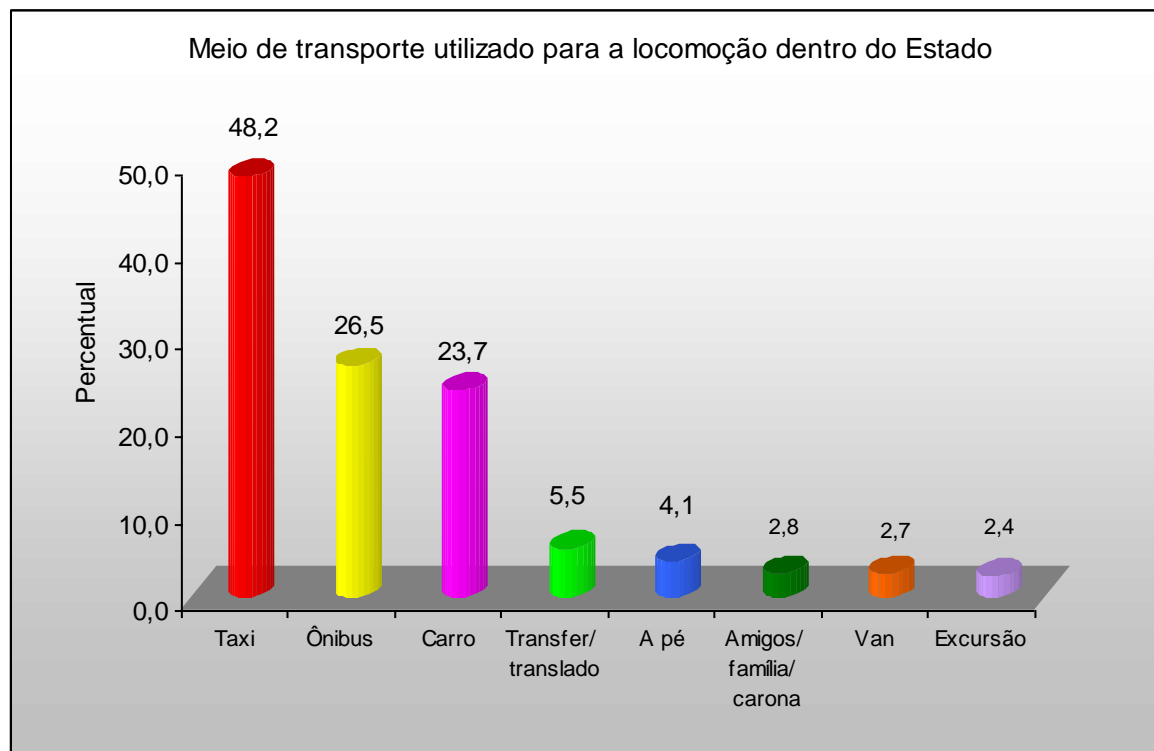
PRINCIPAIS MEIOS DE HOSPEDAGEM UTILIZADOS PELOS TURISTAS

Os hotéis listados a seguir foram responsáveis pela hospedagem de 69,2% dos turistas consultados, com destaque para o Mar Hotel (vale ressaltar que 8 dos 28 eventos pesquisados foram realizados lá).

HOTÉIS			
Mar Hotel	5,9	Des Arts	1,8
Recife Palace Lucsim	4,0	Marante	1,7
Recife Monte Hotel	3,8	Recife Plaza Hotel	1,6
Recife Praia Hotel	3,6	São Francisco	1,4
Canarius	3,6	Blue Tree Towers	1,4
Park Hotel	3,5	Dorisol	1,4
Internacional Palace	3,3	Nacional Inn	1,3
Lg INN	3,2	Hotel Armação	1,3
Atlante Plaza	2,9	Mar Olinda	1,3
Onda Mar	2,8	Albergue de Olinda	1,2
Beach Class	2,5	Vila Rica	1,1
Boa Viagem Praia Hotel	2,4	Mercure	1,1
Aconchego	2,1	Pousada Cinco Sóis	1,1
Manibu	2,0	Eco Resort Cabo	1,1
Hotel Costeiro	1,9	Marupiara (Porto de Galinhas)	1,0
Enotel	1,8		

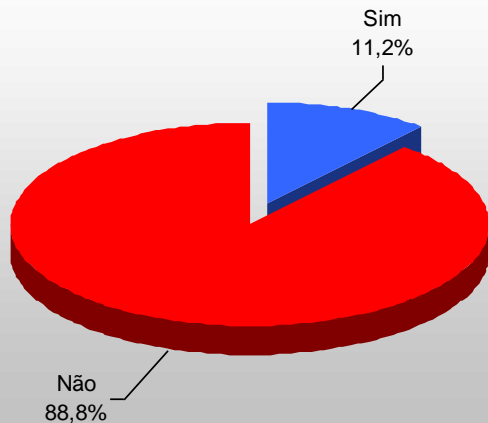
TIPO DE TRANSPORTE UTILIZADOS PELOS TURISTAS DENTRO DO ESTADO

A maior parcela de respondentes fez uso de taxi (48,2%) para se locomover no Estado, seguindo-se as opções ônibus (26,5%) e carro (23,7%).



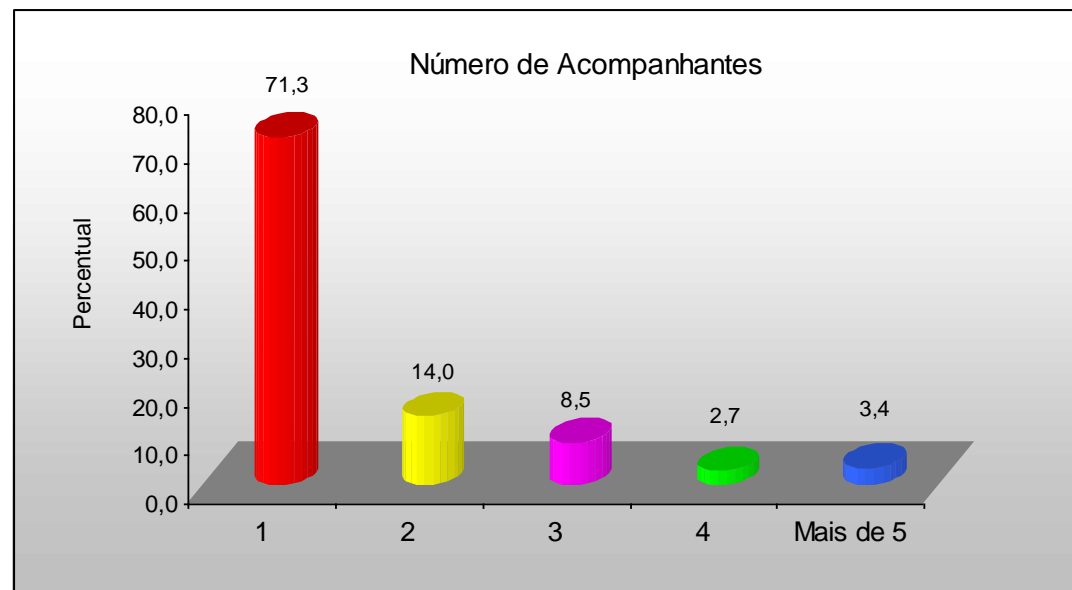
NÚMERO DE ACOMPANHANTES

Trouxe algum acompanhante que não participou do evento?

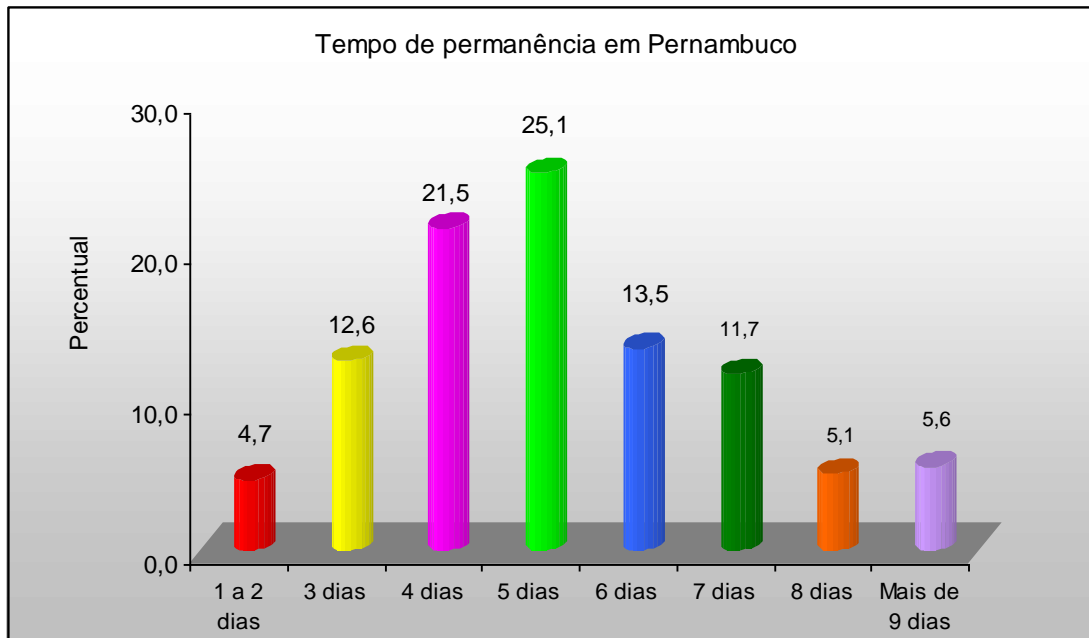


Como os eventos realizados estavam associados, em sua maioria, a temas e assuntos relativos a atividades profissionais, era de se esperar a elevada proporção de participantes que vieram sozinhos (88,7%). Aproveitaram o evento para trazer algum acompanhante 11,2% dos consultados.

Dos 11,2% de entrevistados que trouxeram acompanhante, a maior parte trouxe apenas 1 pessoa.

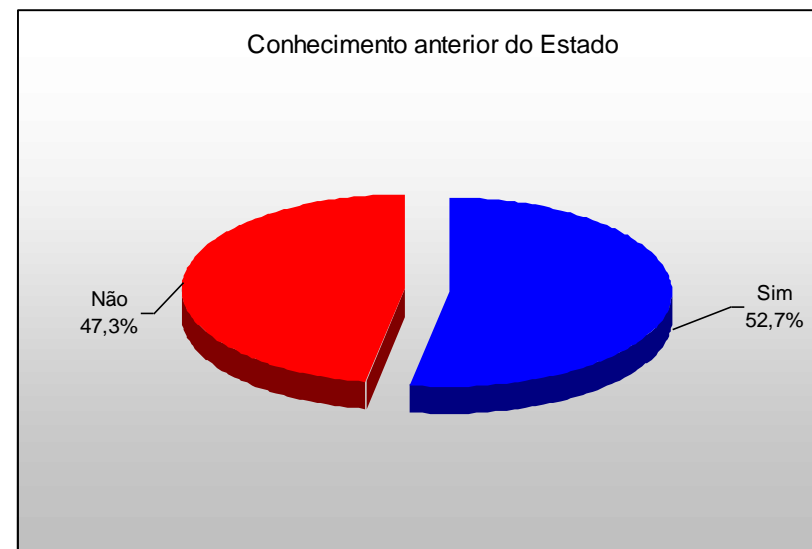


TEMPO DE PERMANÊNCIA DOS TURISTAS EM PERNAMBUCO

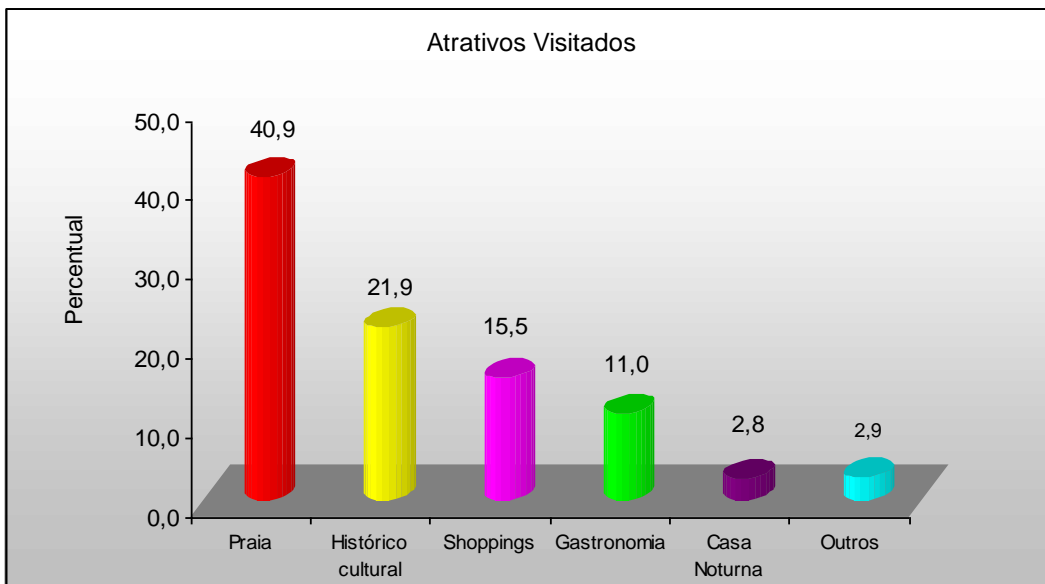


Influenciada pelo período de duração dos eventos, a variável tempo de permanência dos turistas mostrou que, dos entrevistados, 84,4% vieram para ficar entre 3 e 7 dias, sendo maior a proporção dos que ficariam 4 dias (21,5%) e 5 dias (25,1%).

Chegou a 47,3% o percentual de entrevistados que estavam em Pernambuco pela primeira vez.



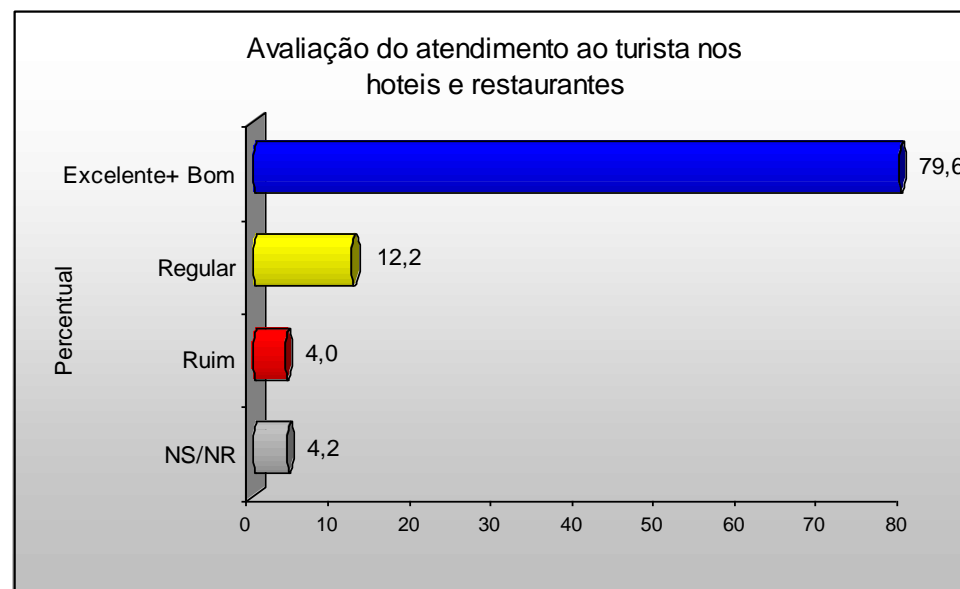
ATRATIVOS VISITADOS PELOS TURISTAS



As praias são o atrativo mais forte para os turistas que vêm ao nosso estado: 40,9% dos consultados aproveitaram a estadia aqui para visitar as praias do Estado. Visitas a atrativos histórico-culturais foram feitas por 21,9% deles enquanto 15,5% visitaram shoppings e 11,0% restaurantes.

Dentre os bares e restaurantes mais visitados se destacaram o Bargaço (7,8%), o Spettus (6,5%), o Boi Preto (5,5%) e o Ponteio(5,5%)

Embora o atendimento ao turista nos hotéis e restaurantes tenha sido avaliado de forma positiva por 79,6% dos consultados, observa-se a necessidade de melhoria nesse aspecto: entre os que avaliaram de forma positiva 24,3% avaliou como excelente, ficando 55,3% com o conceito bom. Além disso, 12,2% consideraram o atendimento como regular e 4,0% como ruim.

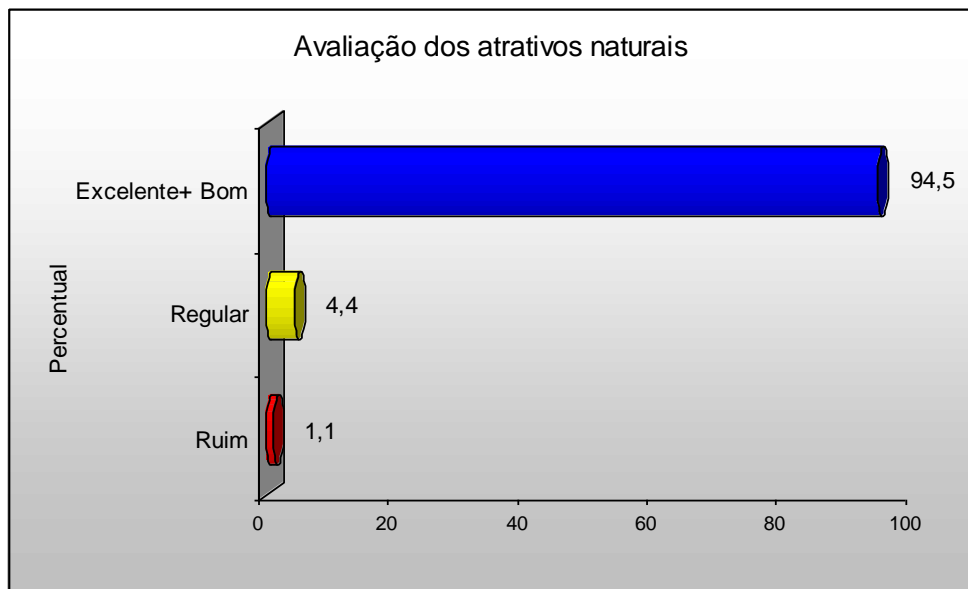


ATRATIVOS NATURAIS VISITADOS PELOS TURISTAS

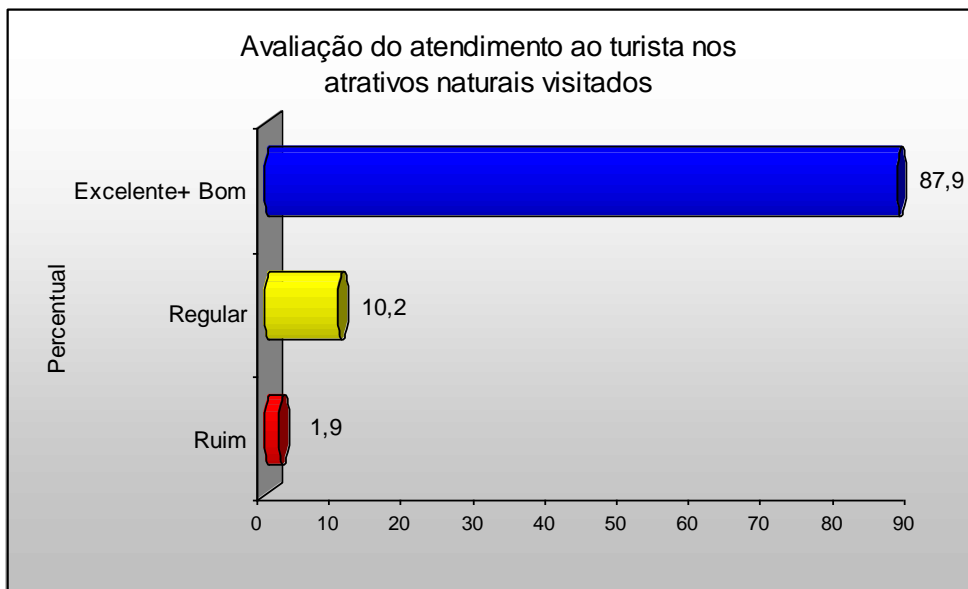
Entre os 40,9% que foram a alguma praia durante a estada no Recife, 52,6% foram a Boa Viagem, praia localizada na zona urbana da cidade. Porto de Galinhas, destino turístico importante no estado, foi visitado por 44,0% dos que foram a alguma praia.

Atrativos naturais visitados - Praias	
Boa Viagem	52,6
Porto de Galinhas	44,0
Carneiros	5,6
Outras praias do Litoral Sul	4,6
Maracaípe	4,4
Olinda	4,4
Muro Alto	3,7
Itamaracá	2,6
Alagoas	2,2
Fernando de Noronha	0,6
Outros	0,5

ATRATIVOS NATURAIS VISITADOS PELOS TURISTAS



Os atrativos naturais do Estado foram bem avaliados: 94,5% dos consultados deram conceitos positivos em relação a eles (52,9% excelente e 41,% bom).



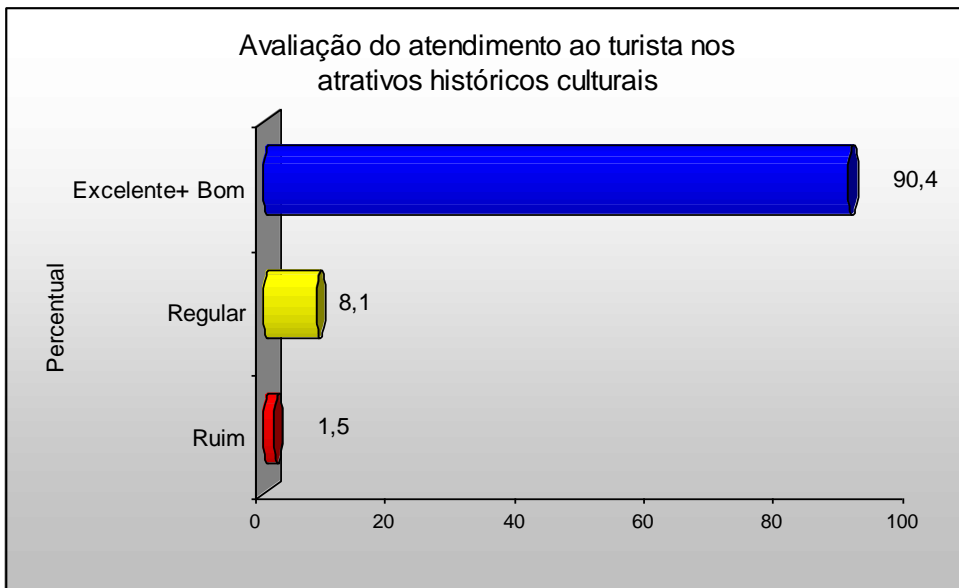
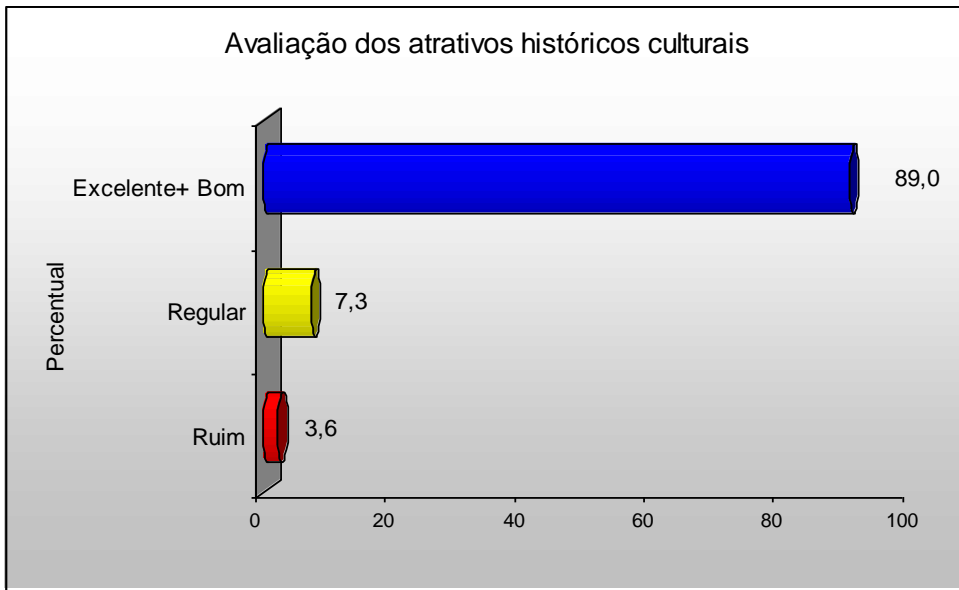
Os dados mostram que, apesar das avaliações positivas terem chegado a 87,6%, ainda há espaço para melhorar o atendimento aos turistas nos atrativos naturais: 10,2% dos consultados avaliaram esse atendimento apenas como regular.

ATRATIVOS HISTÓRICOS VISITADOS PELOS TURISTAS

Entre os 21,9% que visitaram algum atrativo histórico o destaque foi para a cidade de Olinda, visitada por 74,1% deles. O Recife Antigo atraiu 20,5% dos turistas consultados, o Instituto Ricardo Brennand 12,0% e a Oficina de Francisco Brennand 4,7% deles.

Atrativos históricos visitados	
Olinda	74,1
Recife Antigo/Marco Zero	20,5
Instituto Ricardo Brennand	12,0
Oficina Francisco Brennand	4,7
Sinagoga	1,0
Outros	7,1

ATRATIVOS HISTÓRICOS VISITADOS PELOS TURISTAS

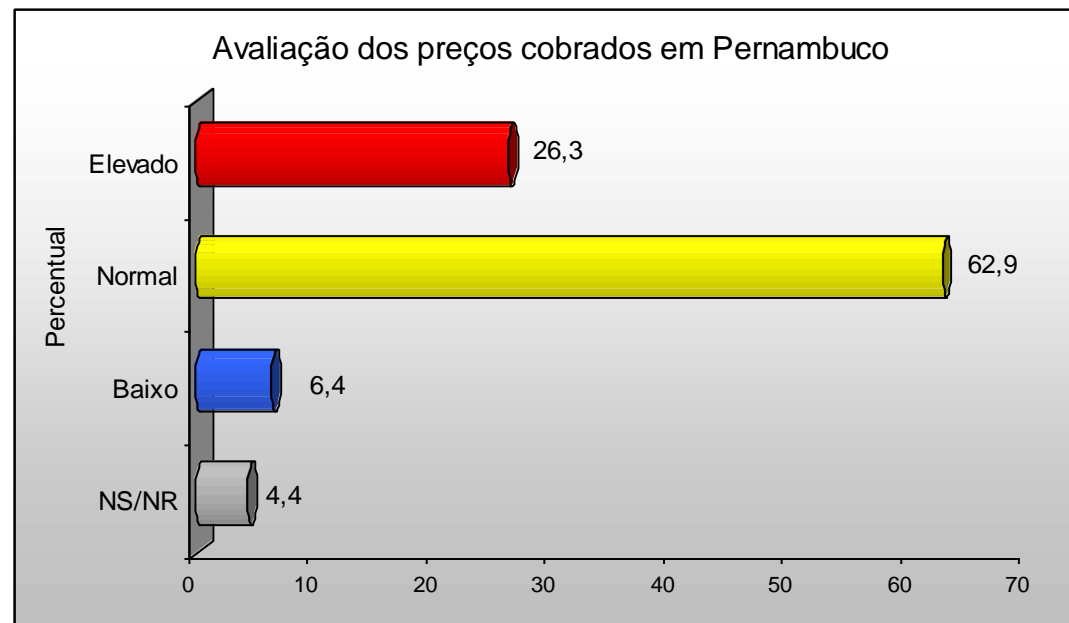


Os entrevistados que visitaram atrativos histórico culturais (219%) foram solicitados a avaliar tanto os atrativos visitados como o atendimento neles recebido.

Observa-se que enquanto os atrativos receberam o conceito excelente de 46,5% deles, somente 3,8% deram esse conceito (excelente) ao atendimento recebido. A maioria dos entrevistados deram o conceito bom ao atendimento recebido nos atrativos histórico culturais, tendo 8,1% considerado esse atendimento regular e 1,5% ruim.

AVALIAÇÃO DOS PREÇOS COBRADOS EM PERNAMBUCO

Mais da metade dos entrevistados (62,9%) avaliou como normal o padrão de preços do Estado. Um pouco mais de um quarto dos consultados, entretanto, considerou elevados os preços praticados (26,3%). Apenas 6,4% avaliaram os preços cobrado em Pernambuco como baratos.



GASTOS DOS PROFFISIONAIS

O gasto médio diário dos profissionais que participara do evento foi de R\$ 316,44. O gasto modal (mais frequente) foi de R\$ 260,00 e a mediana correspondeu a R\$ 260,00.

Gasto Diário

Média: R\$ 316,44

Gasto Diário

Moda: R\$ 260,00

Gasto Diário

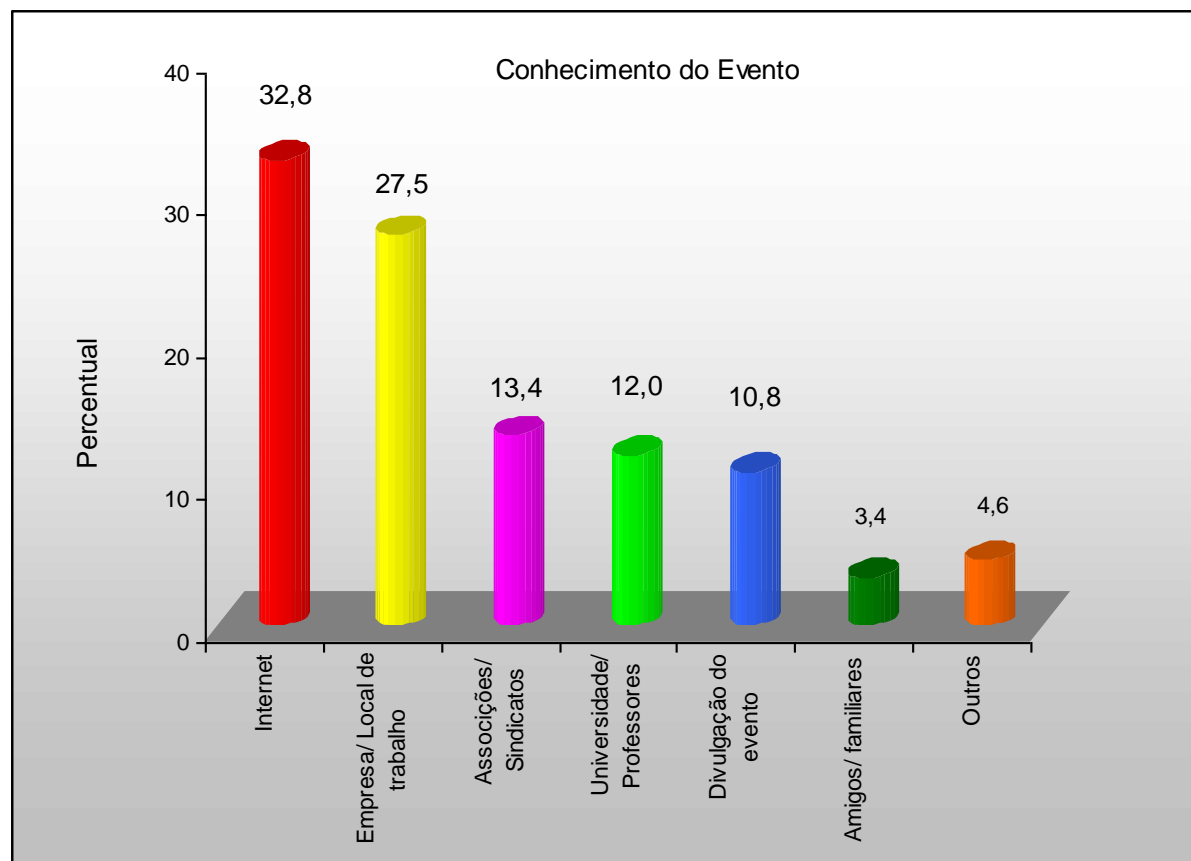
Mediana: R\$ 260,00



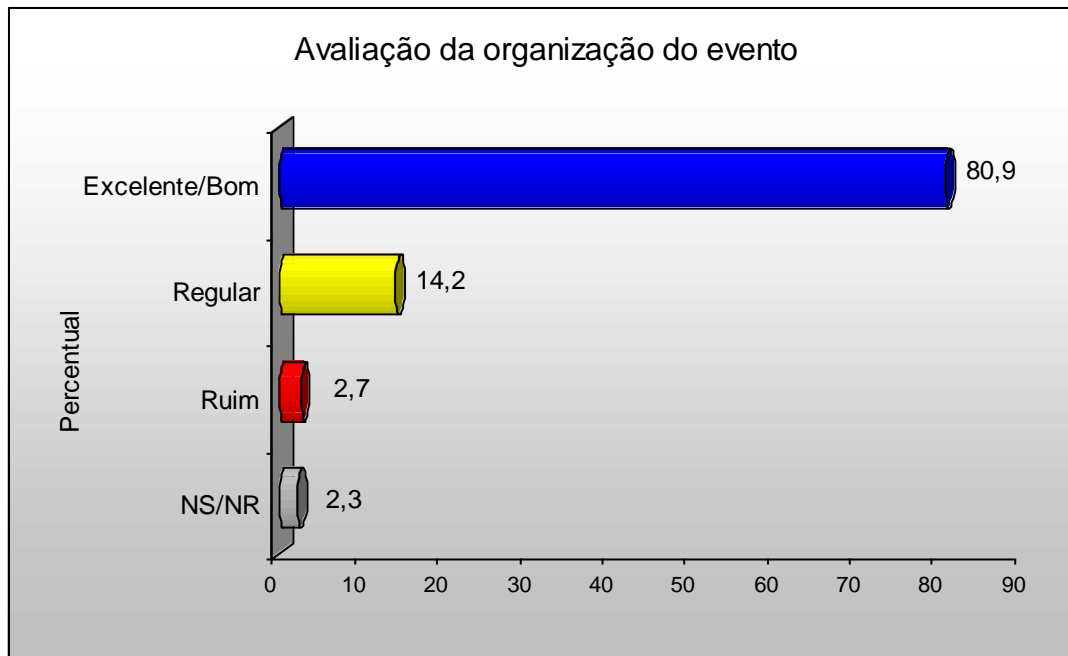
Um pouco mais da metade dos turistas entrevistados tiveram algum gasto patrocinado pela empresa ou universidade em que trabalham.

CONHECIMENTO DO EVENTO

A Internet (32,8%) e as empresas/locais de trabalho (27,5%) foram as fontes mais frequentes de informações sobre o evento. A essas se seguiram as associações/sindicatos com 13,4% e a universidade/professores com 12,0%. Estratégias mais tradicionais de divulgação como folders, cartazes, posters etc. ficaram com 10,8%.



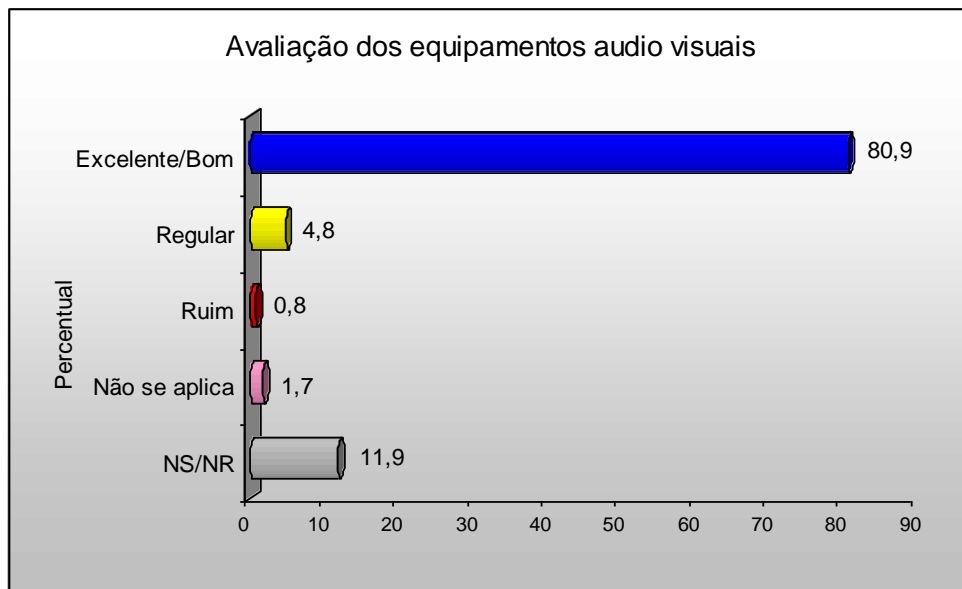
AVALIAÇÃO DO EVENTO - ORGANIZAÇÃO



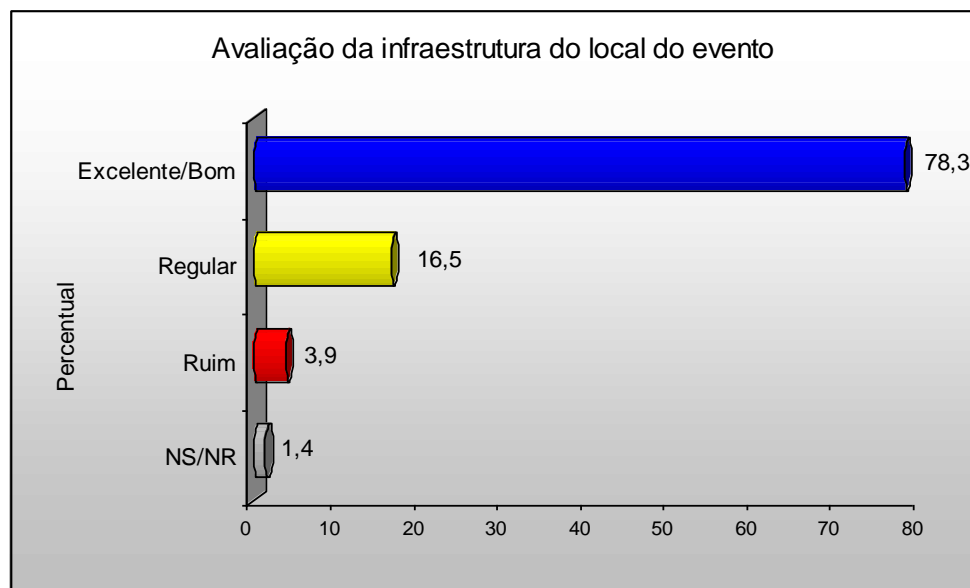
Embora a maioria dos entrevistados tenha feito avaliações positivas do evento (24,8% de excelente e 56,1% de bom), 14,2% consideraram a organização dos eventos como regular. Somente 2,7% dos consultados avaliaram a organização dos eventos como ruim.

Média: 7,8
Moda: 8,0
Mediana:8,0

As avaliações positivas sobre a organização dos eventos se refletiram na nota média, que chegou a 7,8. A nota 8 foi a dada com maior frequência, pelos entrevistados, para a organização dos eventos.



Também os equipamentos audiovisuais foram bem avaliados, recebendo 80,9% dos conceitos excelente e bom.

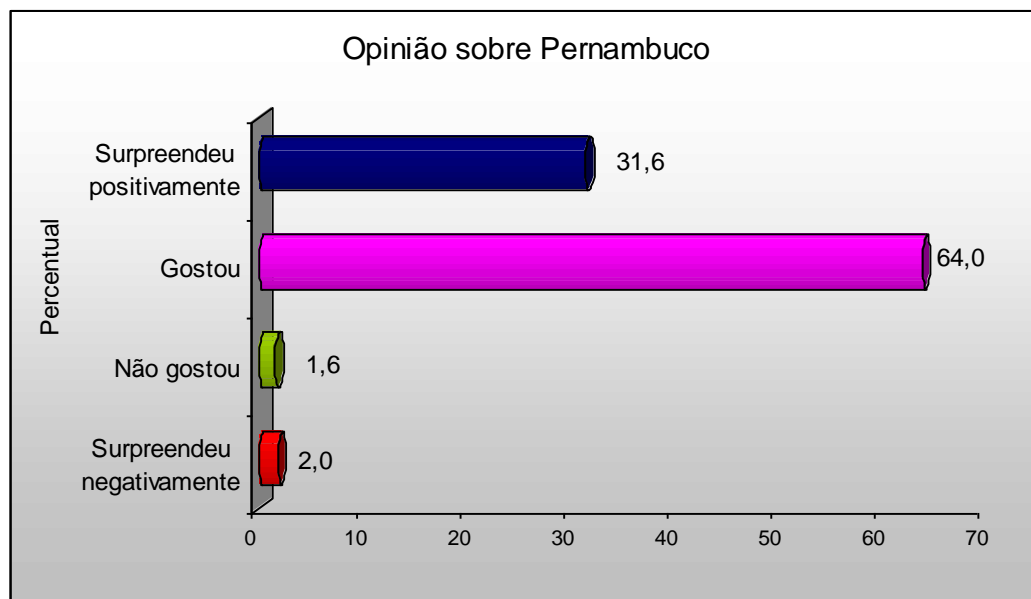
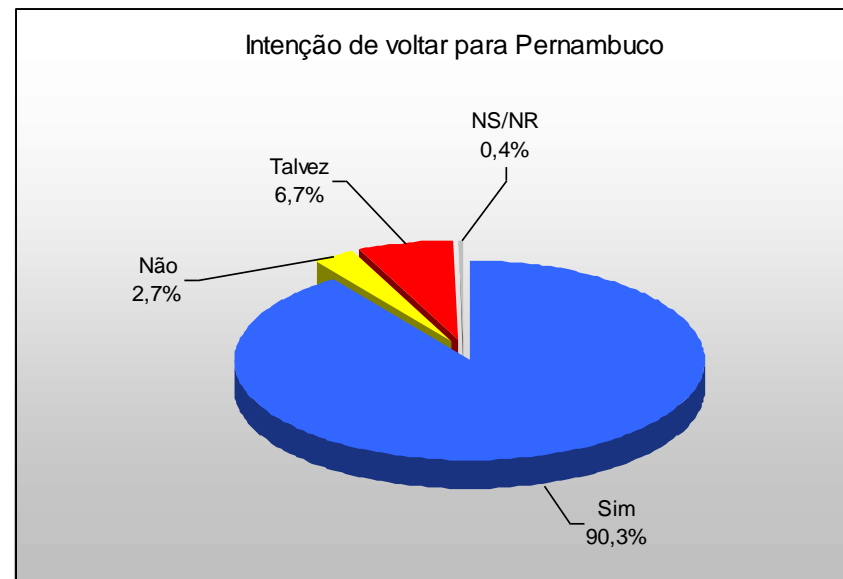


Da mesma forma, a infraestrutura do local do evento foi bem avaliada chegando a 78,3% os que a classificaram como boa ou excelente.

Entretanto, merece atenção o fato de 19,5% dos consultados não terem avaliado de forma positiva a infraestrutura do local do evento; 16,4% a consideraram apenas regular e 3,9% ruim.

INTENÇÃO DE VOLTAR PARA PERNAMBUCO

Dos consultados, 93,0% afirmaram ter intenção de voltar ao Estado de Pernambuco, contra 2,7% que declararam não desejar voltar ao Estado.



Pernambuco surpreendeu positivamente quase um terço (31,6%) dos consultados. Gostaram do Estado 64,0% deles.



Estácio



www.metodopesquisa.com.br

Praça Miguel de Cervantes, 108 - Sala - 04
Ilha do Leite - Recife - PE - CEP: 50070-520
Fone/Fax: 81 3222-8408