Pesquisa de Satisfação do Turista de Belo Horizonte

Maio de 2014

A **Pesquisa de Satisfação do Turista de Belo Horizonte** tem como objetivo mostrar a avaliação dos turistas que visitam a capital, no que diz respeito ao comércio, a prestação de serviços e a infraestrutura turística, além de traçar o perfil desse visitante. Essa pesquisa servirá como ferramenta para auxiliar e nortear ações para a melhoria no atendimento ao turista, e quais setores merecem mais atenção dos órgãos responsáveis, para conseguir atender a crescente demanda de turistas na capital mineira.

Belo Horizonte tem por característica o turismo de negócio, no entanto, a cidade foi palco das Copa das Confederações de 2013 e será palco de outro megaevento, a Copa do Mundo FIFA 2014. A visibilidade da capital dentro e fora do Estado aumentou e com isso a necessidade de saber a opinião desse turista é fundamental para traçar diretrizes e estratégias, com a finalidade de atrair cada vez mais visitantes e de saber como Belo Horizonte está sendo vista por esse mercado.

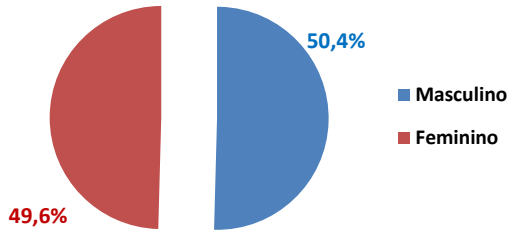
Com isso, em sua segunda edição, a área de **Estudos Econômicos e o Núcleo de Turismo do Sistema Fecomércio MG, Sesc, Senac e Sindicatos**, em parceria com **Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte S.A. - Belotur** elaboraram uma pesquisa capaz de avaliar a satisfação do turista de Belo Horizonte e apontar as principais características e necessidades encontradas ao longo de sua estadia.

Metodologia

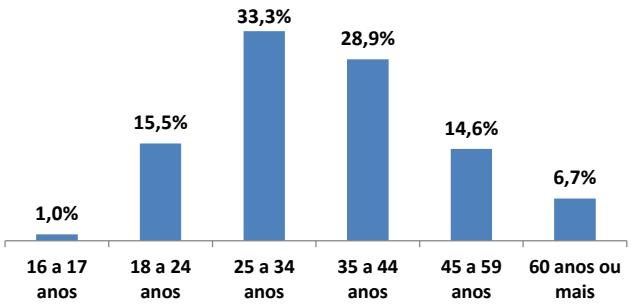
A metodologia utilizada para a pesquisa foi aplicação de questionários (survey). Este tipo de investigação não se resume a fazer perguntas e contar respostas, mas utiliza técnicas específicas que se encaixam nas normas gerais da pesquisa. O questionário estruturado continha perguntas abertas e fechadas de forma a identificar a satisfação do turista na cidade de Belo Horizonte. Para tal, foram entrevistados **848 turistas**, ou seja, somente aquelas pessoas que não moram em Belo Horizonte e que pernoitaram pelo menos uma vez na cidade. O período de aplicação foi entre os dias **28 de abril a 6 de maio 2014**. As entrevistas foram individuais, a amostragem realizada foi aleatória simples, os questionários foram aplicados nos principais portões de saída da capital: Terminal Rodoviário, Aeroporto Internacional Tancredo Neves, Aeroporto da Pampulha, Conexão Aeroporto, além do Mercado Central e dos Centros de Atendimento ao Turista (CAT). **O intervalo de confiança da amostra é de 95% e a margem de erro de 3,35** pontos percentuais dos resultados para a amostra como um todo. Alguns resultados podem não fechar em 100% devido aos arredondamentos bem como o fato de se ter perguntas de múltipla resposta na pesquisa.

Perfil do Turista

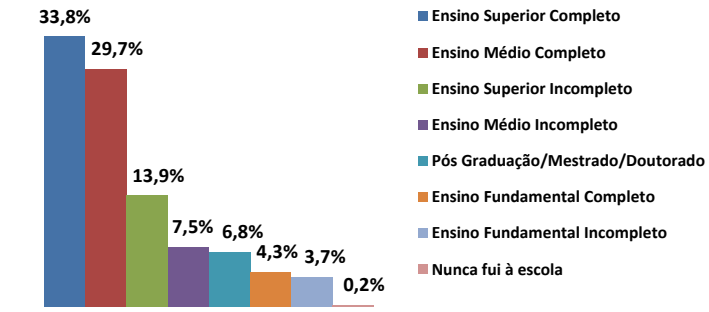
Sexo dos entrevistados



Idade dos entrevistados



Escolaridade

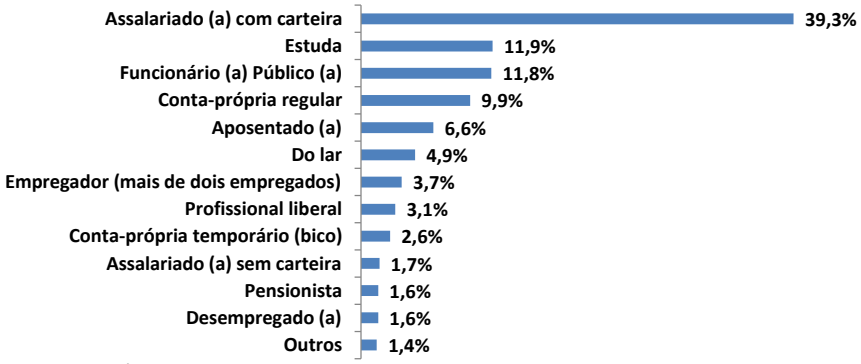


Pergunta Fechada/Resposta única

A pesquisa mostrou homogeneidade entre os sexos, 49,6% dos turistas entrevistados são mulheres e 50,4% são homens. Grande parte dos entrevistados possuem entre 25 e 44 anos.

Elaboração: Sistema Fecomércio MG, Sesc e Senac/ Belotur

Profissão

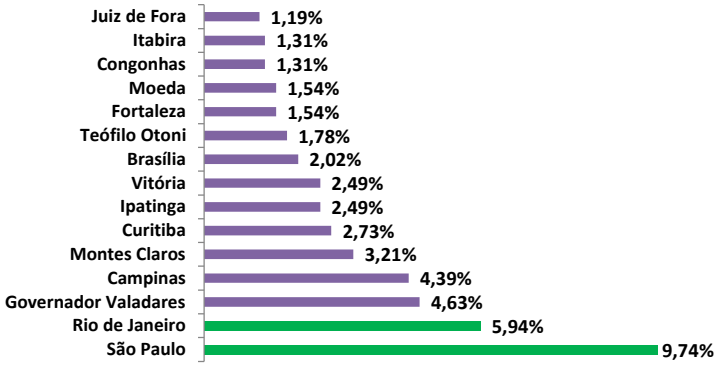


Pergunta Fechada/Resposta única

39,3% dos turistas entrevistados são **assalariados com carteira**. **11,9%** são **estudantes** e **11,8%** são **funcionários públicos**.

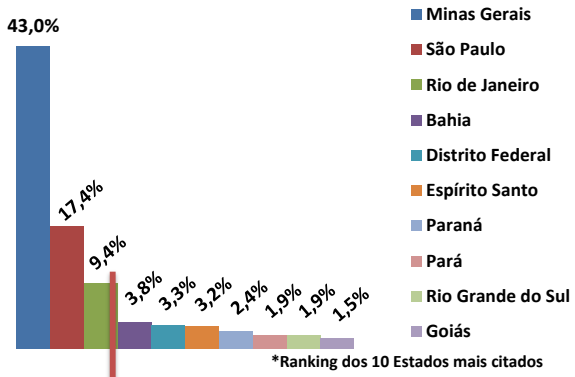
Origem dos turistas

Origem por cidade*



*Ranking das 15 cidades mais citadas

Origem por Estado*



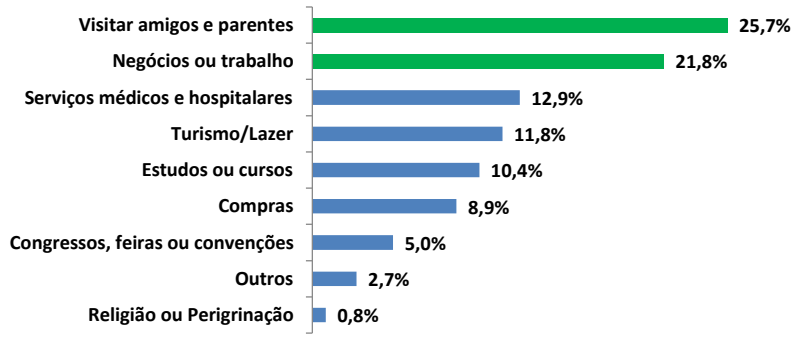
*Ranking dos 10 Estados mais citados

3,9% dos turistas entrevistados são **estrangeiros**

A Pesquisa de Satisfação do Turista de maio de 2014 mostrou que 9,74% das pessoas que visitam Belo Horizonte são de São Paulo, seguido daqueles que são do Rio Janeiro (5,94%), Governador Valadares (4,63%) e Campinas (4,39%). Ao realizarmos o agrupamento por Estado, 43,0% do total de entrevistados é de Minas Gerais. Em segundo lugar ficou São Paulo com 17,4% das respostas e em terceiro Rio de Janeiro com 9,4% dos turista. O percentual de turistas estrangeiros foi de 3,9% do total de entrevistados.

Dos 3,9% dos turistas estrangeiros que visitaram à capital mineira, 28,1% são dos Estados Unidos e 12,5% da França.

Motivação da Viagem

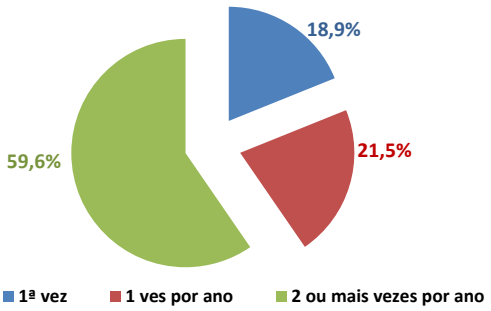


Pergunta Fechada/Resposta única

Permanência Média em dias
4,76

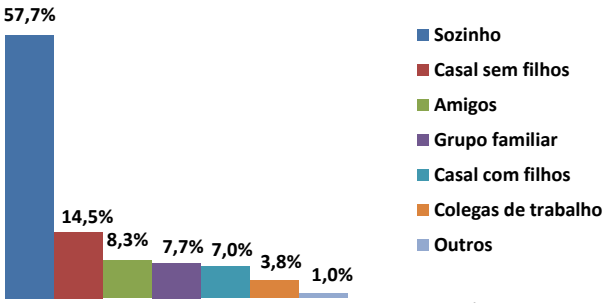
Elaboração: Sistema Fecomércio MG, Sesc e Senac/ Belotur

Frequência com que visita a cidade



Pergunta Fechada/Resposta única

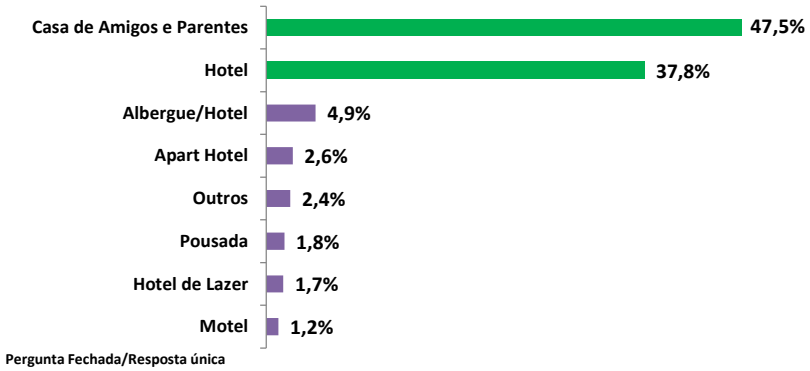
Acompanhantes na viagem



Pergunta Fechada/Resposta única

59,6% dos entrevistados visitam a cidade 2 ou mais vezes por ano. A grande maioria dos entrevistados (57,7%) viajou sozinho para a capital mineira.

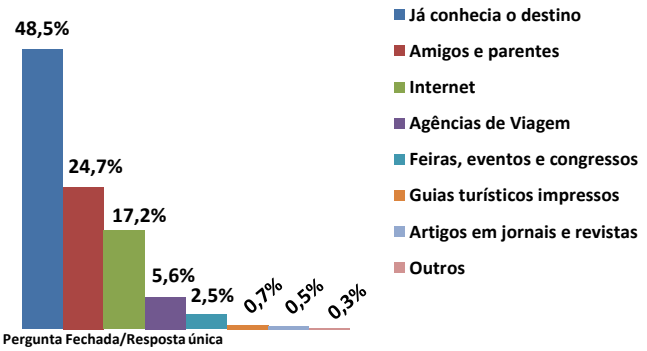
Principal Meio de Hospedagem



Pergunta Fechada/Resposta única

Informações para a viagem

Principal Fonte de Informação



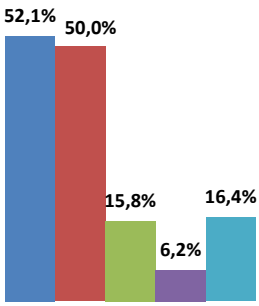
Pergunta Fechada/Resposta única

Como principal fonte de informação, 48,5% afirmaram já conhecer o destino, 24,7% responderam amigos e parentes e 17,2% usaram a internet.

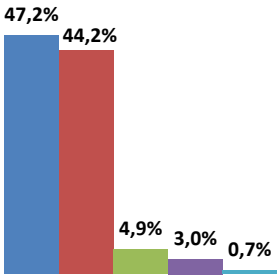
O meio de **hospedagem** foi o **principal item consultado** na internet, com 52**,1% das respostas** dos entrevistados como mostra o gráfico seguinte. **Em seguida ficou o transporte aéreo com 50,0% das respostas**. No entanto, **na hora de efetivar o serviço, 53,6% compraram o transporte aéreo pela internet e 34,4% dos entrevistados compraram a hospedagem**. Ressalta-se que essa pergunta era de múltipla resposta, o entrevistado poderia, por exemplo, consultar, reservar e não comprar os serviços oferecidos. Por isso, os resultados não fecham em 100%.

Elaboração: Sistema Fecomércio MG, Sesc e Senac/ Belotur

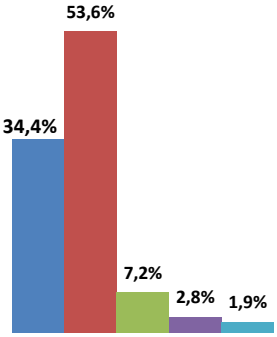
Serviços Consultados na Internet



Serviços Reservados na Internet



Serviços Comprados na Internet



Hospedagem | Transporte aéreo | Pacote turístico | Locação de veículo | Atrativos e passeios

Perguntas Fechadas/Respostas Múltiplas

Avaliação da Infraestrutura e dos Serviços

Os pesquisados deveriam avaliar a qualidade de alguns serviços e estabelecimentos da cadeia produtiva do turismo. As notas variam de 1 a 5, sendo 1 péssimo e 5 ótimo.

Avaliação da Infraestrutura Turística

Segmento	Nota 2014
Transporte coletivo	2,75
Limpeza urbana	2,81
Segurança pública	2,88
Acesso a wi-fi	3,17
Sinalização Turística	3,24
Serviços de telefonia móvel	3,54
Taxi	3,79
Espaço para eventos	3,81

Avaliação dos Serviços e Estabelecimentos

Segmento	Nota 2014
Casas de câmbio	3,50
Guia de turismo	3,59
Centro de Atendimento ao Turista (CAT's)	3,67
Agências de viagem	3,70
Atrativos turísticos	3,87
Locadora de veículos	3,94
Comércio	3,98
Hospedagem	4,07
Diversão noturna	4,12
Bares/Restaurantes	4,19
Gastronomia	4,42

Ao avaliarem a infraestrutura turística da cidade, o transporte coletivo obteve a pior nota média dos entrevistados, 2,75. A melhor nota de infraestrutura turística da capital ficou com espaço para eventos (3,81). A diferença da melhor nota para a segunda melhor, é bem pequena, o que implica que os entrevistados também acham que esse serviço é bom.

No que diz respeito à qualidade de alguns serviços e estabelecimentos, os entrevistados consideraram a gastronomia como o melhor serviço, visto que, este item obteve uma nota de 4,42. A maioria dos serviços e estabelecimentos teve uma nota média elevada. Ressalta-se que mesmo a casa de câmbio tendo a pior nota (3,50), ela não está muito distante das demais e pode ser considerado como um serviço de boa qualidade pelos turistas.

Gastos na Viagem

Gasto Médio Total na Viagem

Segmento	Valor 2014	
Transporte	R$	93,80
Alimentação	R$	166,59
Artesanato	R$	175,59
Atrativos	R$	219,21
Bebidas	R$	221,04
Calçados	R$	278,16
Hospedagem	R$	308,06
Vestuário	R$	555,27

Obs.: Alguns itens sofreram modificações de um ano para outro

Gasto médio por dia na viagem

Segmento	Valor 2014	
Transporte	R$	19,72
Alimentação	R$	35,02
Artesanato	R$	36,91
Atrativos	R$	46,08
Bebidas	R$	46,47
Calçados	R$	58,48
Hospedagem	R$	64,76
Vestuário	R$	116,73

Obs.: Alguns itens sofreram modificações de um ano para outro

Elaboração: Sistema Fecomércio MG, Sesc e Senac/ Belotur

Gasto Médio por Pessoa na Viagem

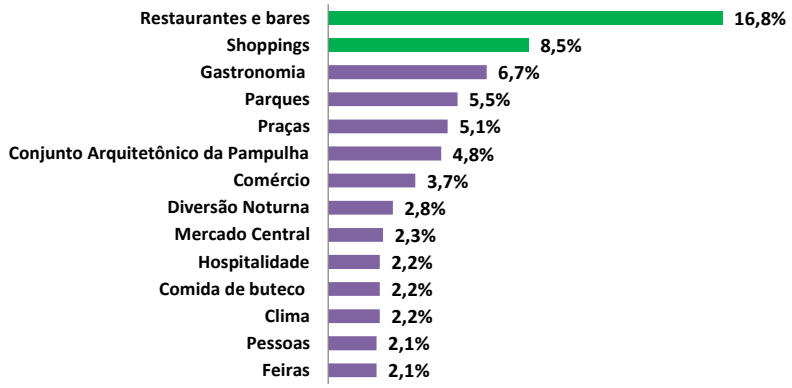
Segmento	Valor 2014
Transporte	R$ 59,74
Alimentação	R$ 106,09
Artesanato	R$ 111,82
Atrativos	R$ 139,60
Bebidas	R$ 140,76
Calçados	R$ 177,14
Hospedagem	R$ 196,18
Vestuário	R$ 353,62

Obs.: Alguns itens sofreram modificações de um ano para outro

O gasto médio total dos turistas foi feito com base nas respostas dos próprios entrevistados que falavam o valor que acreditavam ter gasto em cada um dos segmentos apresentados. O maior gasto médio por pessoa na viagem foi com o setor de vestuário (R$353,62). Em média os turistas ficaram na cidade 5 dias, e com essa informação foi possível estimar o gasto diário da viagem, bem como, ao informarem quantas pessoas estavam incluídas nos gastos permitiu o cálculo estimado de gasto por pessoa na viagem.

Expectativa da Viagem

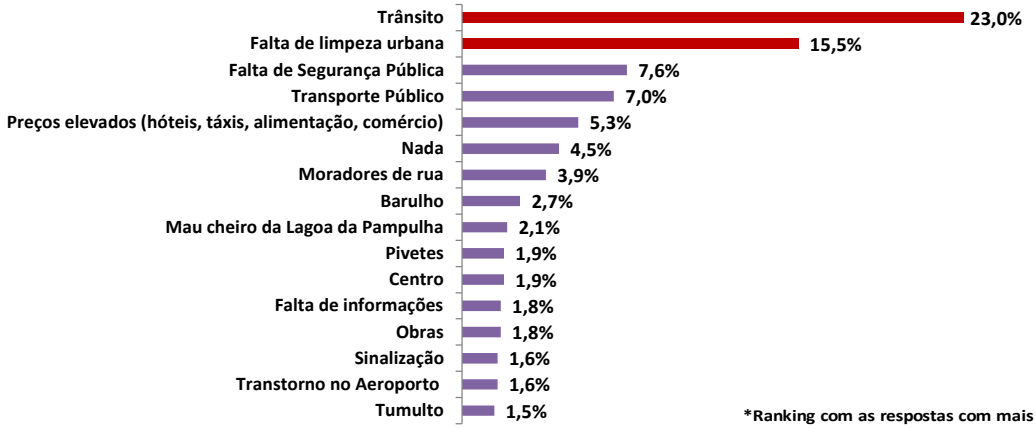
O que Mais Gostou na Viagem*



Ao serem questionados sobre o que **mais gostou** em Belo Horizonte, **16,8%** dos entrevistados disseram que foram os **Restaurantes e Bares**. Em seguida, ficaram Shoppings (8,5%), Gastronomia (6,7%), Parques (5,5%) e Praças com 5,1% das respostas.

***Ranking com as respostas com mais de 15 citações**
Pergunta espontânea

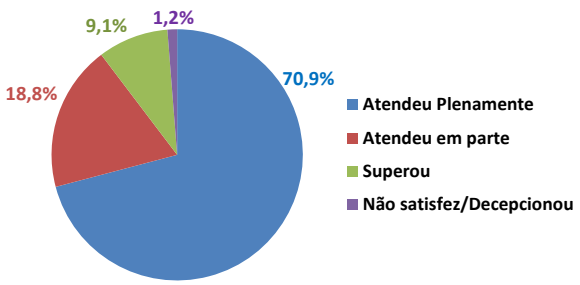
O que menos Gostou na Viagem



Já no que diz respeito ao que **menos gostou** na cidade, **23,0%** dos entrevistados afirmaram ser o **Trânsito** da capital. A Falta de **Limpeza Urbana** foi o segundo item mais citado, com **15,5%** das respostas dos entrevistados.

***Ranking com as respostas com mais de 10 citações**
Pergunta espontânea

De acordo com as expectativas, o que achou da viagem



Pergunta Fechada/Resposta única

No geral, pode-se afirmar que a viagem para esses turistas foi positiva, visto que, as expectativas desses visitantes foram **atendidas plenamente por 70,9%** dos pesquisados. Para 18,8% a expectativa foi atendida em parte e para 9,1% as expectativas foram superadas.

Elaboração: Sistema Fecomércio MG, Sesc e Senac/ Belotur

Equipe Técnica

SISTEMA FECOMÉRCIO MG

Lázaro Luiz Gonzaga
Presidente

Estudos Econômicos

Gabriel de Andrade Ivo
Responsável

Juan Moreno de Deus
Analista de Economia

Luana Thamiris da S. de Oliveira
Analista de Pesquisa

Dayanne Jéssica da Silva Mendes
Assistente Administrativo

Ana Carolina Mayrink Silva

Karen Martins Falcão Vieira

Daylla Themis V. Campos Sato

Priscila Pereira Vieira Freitas
Pesquisadoras

Marina Cavaliéri Gomes
Estagiária

Turismo

Lúcia Cristina Vieira
Responsável

Mariana Marques de Lima
Analista de Turismo

Milena Teixeira Soares
Estagiária

SESC

Rodrigo Penido Duarte
Diretor

Priscila Machado
Assessora de Eventos

Saulo Augusto Nascimento
Coordenador de Eventos

Elton de Paula
Analista de Eventos

Bárbara Rafaela Moreira Silva

Bruno Neves Pinto

Flávio Augusto Ferreira

Gabriel Pedersoli de Melo
Giselle Medeiros Antunes

Lucas Ferreira da Cruz
Marco Antônio Pereira
Nilton Profeta

Tatiane Dias de Queiroz
Thaís Lúcia Coelho Moreira

Monitores

BELOTUR

Mauro Guimarães Wekema
Presidente

Danielle Morreale
Diretora de Marketing Turístico
Stella de Moura Kleinrath
Diretora de Promoção Turística
Ana Gabriela M. M. Baêta Ale
Chefe do Departamento de Estudos Mercadológicos
Ygor Teles
Chefe do Departamento de Informação Turística
Kelly Nair Santos
Chefe da Divisão de Atenção ao Turista
Maria Thereza Saez Magalhães
Chefe da Divisão do Observatório do Turismo
José Geraldo Dolabela
Técnico de nível Superior Departamento de Marketing
Izabel Dayrell
Assessora da Diretoria de Promoção e Informação Turística