

# Pesquisa de Satisfação do Turista de Belo Horizonte

Maio de 2015

A **Pesquisa de Satisfação do Turista de Belo Horizonte** tem como objetivo mostrar a avaliação dos turistas que visitaram a capital, em relação ao comércio, à prestação de serviço e à infraestrutura turística, além de traçar o perfil deste turista. Esta pesquisa servirá como ferramenta para subsidiar ações que visem a melhoria do atendimento ao turista e quais aspectos merecem mais atenção.

Belo Horizonte tem por característica o turismo de negócios e eventos, no entanto, após a realização dos mega eventos da Copa das Confederações FIFA de 2013 e Copa do Mundo FIFA 2014, a visibilidade da cidade no mercado turístico nacional e internacional aumentou, trazendo à tona a necessidade de saber a opinião do turista como um fator fundamental para traçar diretrizes e estratégias que tenham como finalidade atrair cada vez mais turistas à cidade.

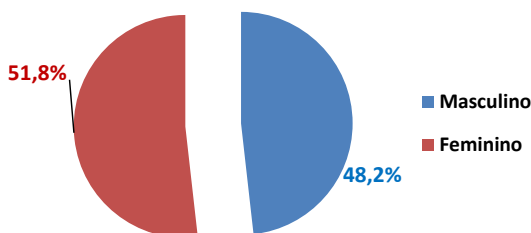
Portanto, em sua terceira edição, a área de **Estudos Econômicos e o Núcleo de Turismo do Sistema Fecomércio MG, Sesc, Senac e Sindicatos**, em parceria com o **Observatório de Turismo da Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte S.A. - Belotur** elaboraram uma pesquisa capaz de avaliar a satisfação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

## Metodologia

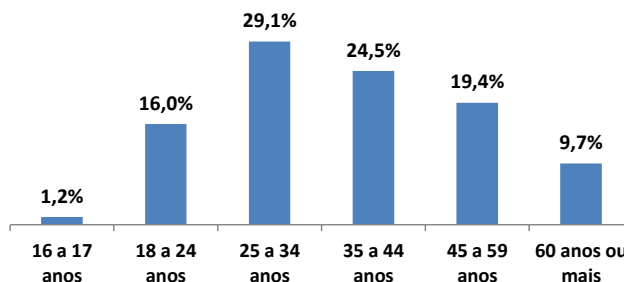
A metodologia utilizada para a pesquisa foi aplicação de questionários (survey). Este tipo de investigação não se resume a fazer perguntas e contar respostas, mas utiliza técnicas específicas que se encaixam nas normas gerais da pesquisa. O questionário estruturado continha perguntas abertas e fechadas de forma a identificar a satisfação do turista na cidade de Belo Horizonte. Para tal, foram entrevistados **1079 turistas**, ou seja, somente aquelas pessoas que não moram em Belo Horizonte e que pernoveram pelo menos uma vez na cidade. O período de aplicação foi entre os dias **23 e 29 de abril de 2015**. 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 de Belo Horizonte - BH Airport, 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 3,0 pontos percentuais dos resultados para a amostra como um todo.** Alguns resultados podem não fechar em 100% devido aos arredondamentos e, em função das perguntas de múltipla resposta.

## Perfil do Turista

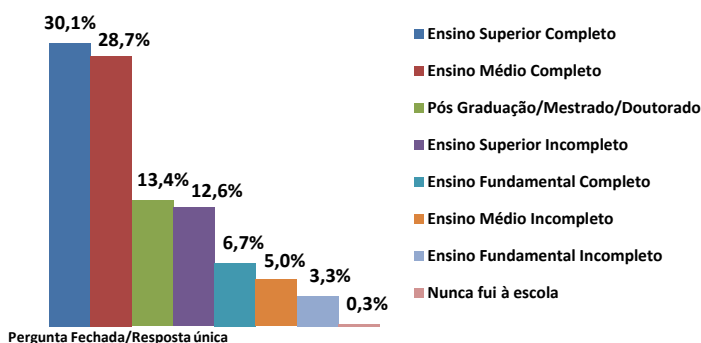
### Sexo dos entrevistados



### Idade dos entrevistados



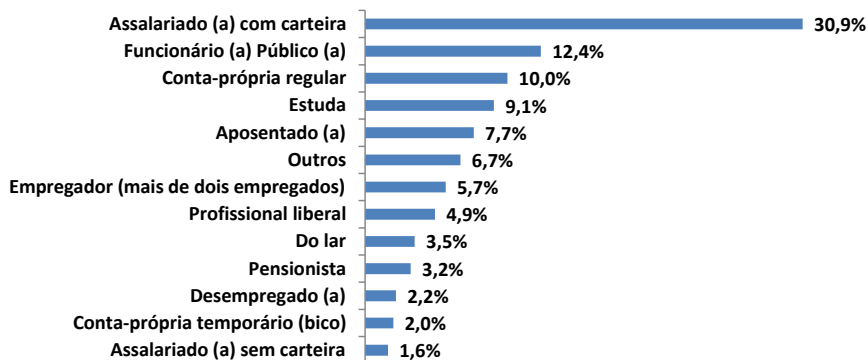
### Escolaridade



A pesquisa mostrou homogeneidade entre os sexos, sendo que 51,8% dos turistas entrevistados são mulheres e 48,2% são homens. Grande parte dos entrevistados possuem entre 25 e 44 anos.

Elaboração: Sistema Fecomércio MG, Sesc e Senac/ Belotur

### Profissão

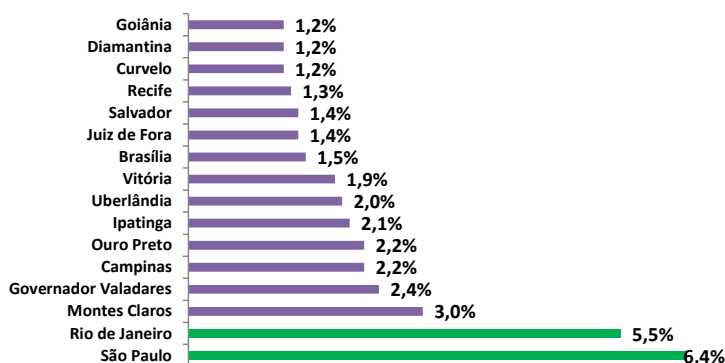


**30,9%** dos turistas entrevistados são **assalariados com carteira**. **9,1%** são **estudantes** e **12,4%** são **funcionários públicos**.

Pergunta Fechada/Resposta única

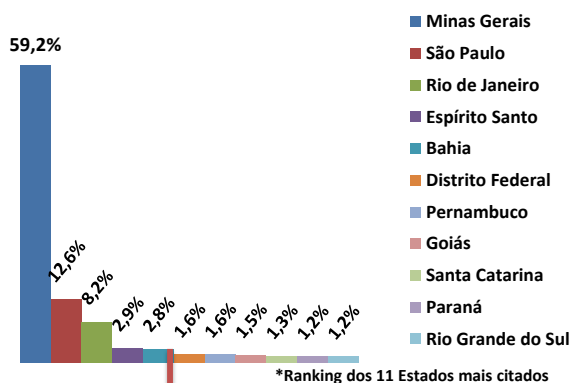
### Origem dos turistas

#### Origem por cidade\*



\*Ranking das 16 cidades mais citadas

#### Origem por Estado\*



\*Ranking dos 11 Estados mais citados

**1,9%** dos turistas entrevistados são **estrangeiros**

Dos 1,9% dos turistas estrangeiros que visitaram à capital mineira, 28,6% são dos Estados Unidos e 14,3% do Chile.

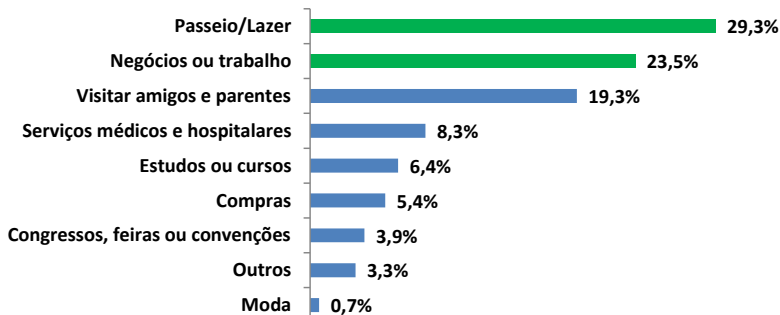
A Pesquisa de Satisfação do Turista de maio de 2015 mostrou que 6,4% das pessoas que visitaram Belo Horizonte são de São Paulo, seguido daqueles que são do Rio de Janeiro (5,5%), Montes Claros (3,0%) e Governador Valadares (2,4%). Ao realizar o agrupamento por Estado, 59,2% do total de entrevistados são de Minas Gerais, 16,2 pontos percentuais acima do apresentado na pesquisa de 2014. São Paulo (12,6%) ficou no segundo lugar e o Rio de Janeiro (8,2%) em terceiro, mesma ordem apresentada na pesquisa anterior. O percentual de turistas estrangeiros (1,9%) foi menor em relação a 2013 (4,7%) e a 2014 (3,9%).

#### Permanência Média em dias

2013	2014	2015
5,58	4,76	6,30

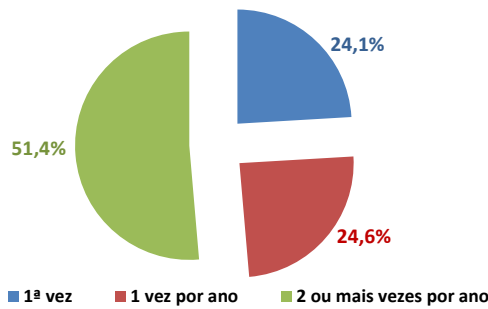
Pergunta espontânea

### Motivação da Viagem



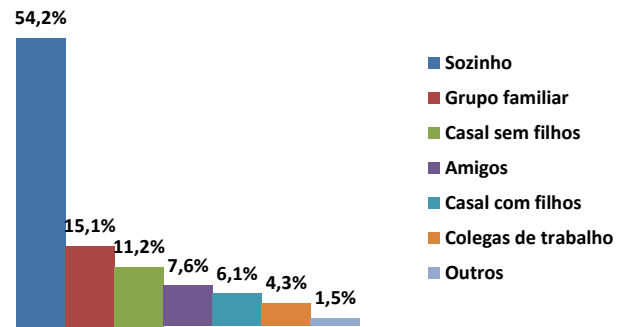
Pergunta Fechada/Resposta única

### Frequência com que visita a cidade



Pergunta Fechada/Resposta única

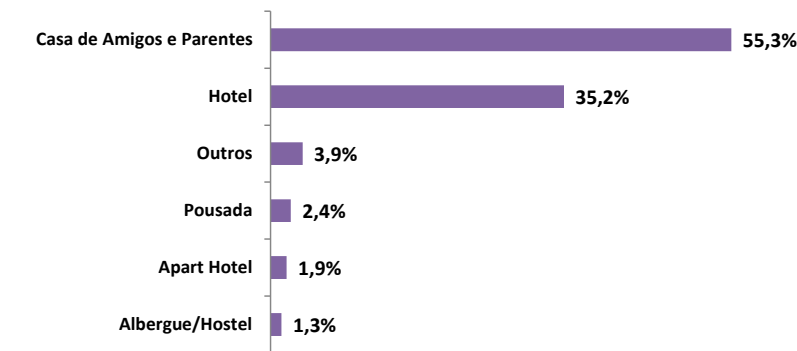
### Acompanhantes na viagem



Pergunta Fechada/Resposta única

Dos entrevistados, 51,4% afirmaram que visitam a cidade duas ou mais vezes ao ano. Este valor é 8,2 pontos percentuais menor do que o apresentado em 2014 (59,6%). A pesquisa apontou, ainda, que a maioria dos entrevistados (54,2%) viaja sozinho, 3,5 pontos percentuais a menos se comparado ao ano anterior (57,7%).

### Principal Meio de Hospedagem

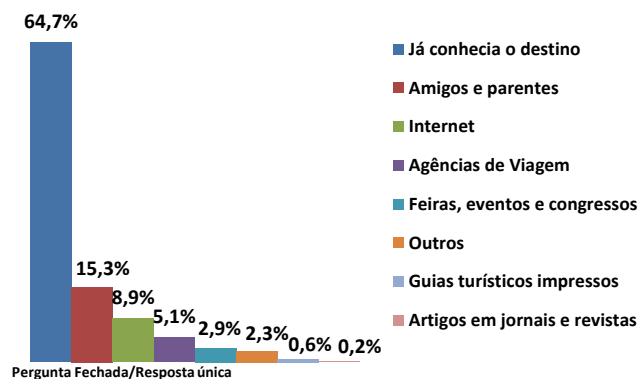


Pergunta Fechada/Resposta única

Em 2015, 55,3% dos turistas afirmaram que utilizaram como principal meio de hospedagem a casa de amigos e parentes. Em 2013 esse percentual foi de 46,3% e em 2014, 47,5% dos entrevistados afirmaram que utilizaram esse meio como principal forma de hospedagem.

### Informações para a viagem

#### Principal Fonte de Informação



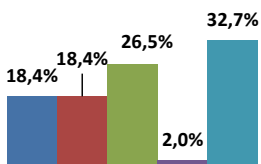
Pergunta Fechada/Resposta única

Quando consultado sobre a principal fonte de informação do destino Belo Horizonte, 64,7% dos entrevistados afirmaram já conhecer a cidade. Este índice é 16,2 pontos percentuais acima ao apurado em 2014 (48,5%) e 24,1 p.p. quando comparado a 2013 (40,6%). Já amigos e parentes, é segundo eles a segunda fonte de consulta, com 15,3% das respostas seguido dos que utilizaram a internet (8,9%).

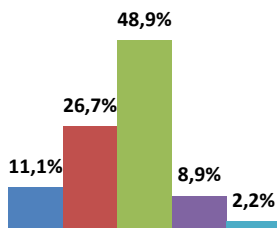
Para aqueles entrevistados que tiveram como principal fonte de informação a internet, os atrativos e passeios foram o **principal item consultado** na internet, com **32,7% das respostas** dos entrevistados como mostra o gráfico seguinte. **Em seguida ficou a hospedagem com 26,5% das respostas.** No entanto, **na hora de efetivar o serviço, 66,1% compraram o transporte aéreo pela internet e 17,7% 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

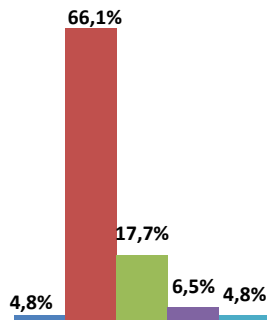
Serviços Consultados na Internet



Serviços Reservados na Internet



Serviços Comprados na Internet



■ Pacote Turístico ■ Transporte aéreo ■ Hospedagem ■ 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

Avaliação dos Serviços e Estabelecimentos

Segmento	Nota			Segmento	Nota		
	2013	2014	2015		2013	2014	2015
Sinalização Turística	3,34	3,24 ↓	3,70 ↑	Guia de turismo	3,40	3,59 ↑	3,56 ↓
Limpeza urbana	3,12	2,81 ↓	3,25 ↑	Casas de câmbio	3,40	3,50 ↑	3,57 ↑
Segurança pública	3,23	2,88 ↓	3,31 ↑	Locadora de veículos	3,71	3,94 ↑	4,02 ↑
Transporte coletivo	2,90	2,75 ↓	2,94 ↑	Atrativos turísticos	3,88	3,87 ↓	3,92 ↑
Taxi	3,94	3,79 ↓	3,92 ↑	Agências de viagem	3,87	3,70 ↓	3,80 ↑
Serviços de telefonia móvel	3,79	3,54 ↓	3,81 ↑	Hospedagem	4,18	4,07 ↓	4,12 ↑
Acesso a wi-fi	3,48	3,17 ↓	3,45 ↑	Bares/Restaurantes	4,03	4,19 ↑	4,23 ↑
Espaço para eventos	-	3,81	3,95 ↑	Diversão noturna	3,97	4,12 ↑	4,27 ↑
				Centro de Atendimento ao Turista (CAT's)	3,85	3,67 ↓	3,95 ↑
				Gastronomia	4,45	4,42 ↓	4,43 ↑
				Comércio	3,90	3,98 ↑	4,13 ↑

Ao avaliarem a infraestrutura turística da cidade, o transporte coletivo obteve a pior nota média dos entrevistados nos últimos anos porém, em 2015 a nota foi 2,94, o que representou uma melhora na avaliação do item para os turistas. O item espaço para eventos teve a maior nota média este ano, 3,95, seguido de táxis com nota 3,92 e de serviços de telefonia móvel (3,81).

A gastronomia foi o item melhor avaliado no quesito serviços e estabelecimentos, com nota média de 4,43. Este resultado é bem parecido aos de 2013 (4,45) e 2014 (4,42). Em relação a este quesito, a pesquisa revela, também, que a maioria dos serviços obteve média superior as de 2014.

Gastos na Viagem

Gasto Médio Total na Viagem

Gasto médio por dia na viagem

Segmento	Valor	
	2014	2015
Hospedagem	R\$ 308,06	R\$ 537,65
Alimentação	R\$ 166,59	R\$ 227,11
Transporte	R\$ 93,80	R\$ 139,56
Atrativos	R\$ 219,21	R\$ 223,84
Artesanato	R\$ 175,59	R\$ 254,34
Calçados	R\$ 278,16	R\$ 259,63
Vestuário	R\$ 555,27	R\$ 364,87
Bebidas	R\$ 221,04	R\$ 123,77

Segmento	Valor	
	2014	2015
Hospedagem	R\$ 64,76	R\$ 85,31
Alimentação	R\$ 35,02	R\$ 36,04
Transporte	R\$ 19,72	R\$ 22,15
Atrativos	R\$ 46,08	R\$ 35,52
Artesanato	R\$ 36,91	R\$ 40,36
Calçados	R\$ 58,48	R\$ 41,20
Vestuário	R\$ 116,73	R\$ 57,90
Bebidas	R\$ 46,47	R\$ 19,64

Obs.: Alguns itens sofreram modificações em relação a 2013

Obs.: Alguns itens sofreram modificações em relação a 2013

Elaboração: Sistema Fecomércio MG, Sesc e Senac/ Belotur

### Gasto Médio por Pessoa na Viagem

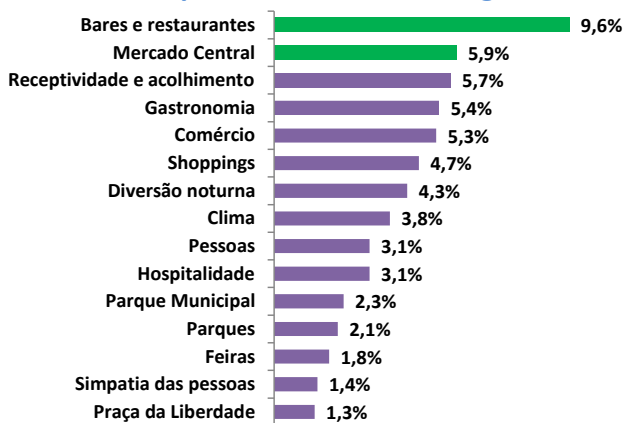
Segmento	Valor	
	2014	2015
Hospedagem	R\$ 196,18	R\$ 366,40
Alimentação	R\$ 106,09	R\$ 154,77
Transporte	R\$ 59,74	R\$ 95,11
Atrativos	R\$ 139,60	R\$ 152,54
Artesanato	R\$ 111,82	R\$ 173,33
Calçados	R\$ 177,14	R\$ 176,93
Vestuário	R\$ 353,62	R\$ 248,65
Bebidas	R\$ 140,76	R\$ 84,35

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 hospedagem (R\$366,40). Em média os turistas ficaram na cidade 6 dias, e com esta informação foi possível estimar o gasto diário da viagem. Ao informarem quantas pessoas estavam incluídas nos gastos, permitiu-se o cálculo estimado do gasto por pessoa na viagem.

### Expectativa da Viagem

#### O que Mais Gostou na Viagem\*

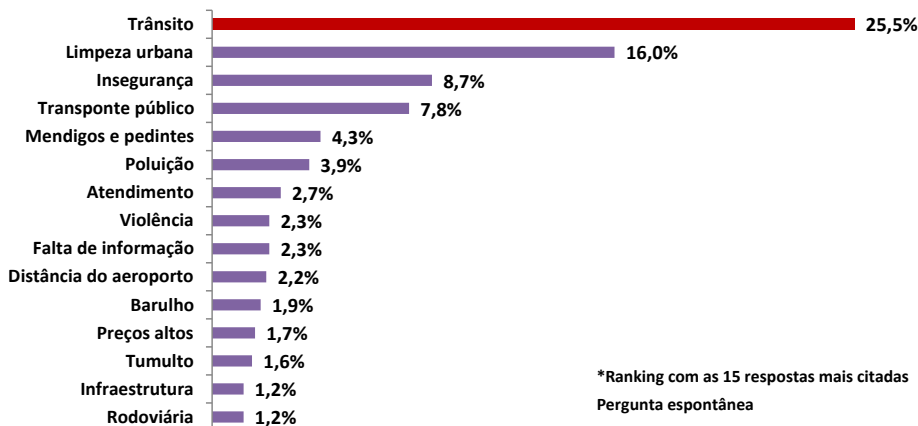


\*Ranking com as 15 respostas mais citadas

Pergunta espontânea

Ao serem questionados sobre o que **mais gostou** em Belo Horizonte, **9,6%** dos entrevistados disseram que foram os **Restaurantes e Bares**. Em seguida, Mercado Central (5,9%), Receptividade (5,7%), Gastronomia (5,4%) e comércio com 5,3% das respostas.

#### O que menos Gostou na Viagem

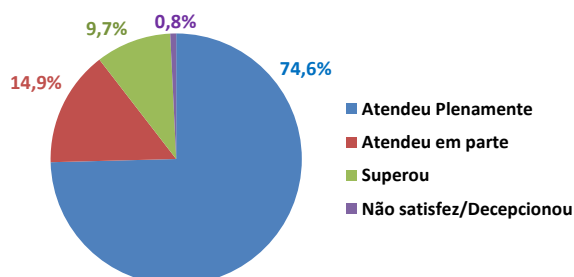


\*Ranking com as 15 respostas mais citadas

Pergunta espontânea

Já no que diz respeito ao que **menos gostou** na cidade, **25,5%** dos entrevistados afirmaram ser o **Trânsito** da capital. A **Limpeza Urbana** foi o segundo item mais citado, com **16,0%** das respostas dos entrevistados.

### 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 74,6%** dos pesquisados, índice **acima ao apurado em 2013 (60,4%) e 2014 (70,9%)**. Para 14,9% a expectativa foi atendida em parte e para 9,7% as expectativas foram superadas.

Elaboração: Sistema Fecomércio MG, Sesc e Senac/ Belotur

## Equipe Técnica

### SISTEMA FECOMÉRCIO MG

**Lázaro Luiz Gonzaga**

Presidente

#### Estudos Econômicos

**Luana Thamiris da S. de Oliveira**

Responsável

**Guilherme Lucas Moreira Dias Almeida**

Analista de Economia

**Dayanne Jéssica da Silva Mendes**

Assistente Administrativo

**Daylla Themis V. Campos Sato**

**Marcos Vinícius Martins de Sousa**

**Sabrina Cristina Souza Santos**

Pesquisadores

**Vinícius Alves Silva Madeira**

Estagiário

**Yanna Paula Araújo da Silva**

Jovem Aprendiz

#### Turismo

**Cristiano Santos Moreira**

Responsável

**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

**Cintia Mara Leite Moreira**

**Edson Rodrigues Santana**

**Flavio Augusto Ferreira**

**Gabriel Pedersoli de Melo**

**Glaciane Mendes Rodrigues**

**Graciana dos Santos Pereira**

**Grazielle Frances Pereira Guimarães**

**Jaqueline Luiza Rocha**

**Leandro Gomes Moreira**

**Lucas Ferreira da Cruz**

**Nilton Profeta**

**Priscila Rezende Pinto**

**Silvio Eduardo Cordeiro Pessoa**

**Thaís Aparecida Pires Alvim**

**Weder Martins Severino**

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