



Projeto de Dinamização e Sustentabilidade do Turismo no Baixo São Francisco

Pesquisas e análise de mercado atual e
potencial com foco na demanda turística
nacional e internacional

**Produto 2: Estudo de mercado atual com foco na demanda
turística nacional e internacional para a região do Baixo
São Francisco, incluindo definição da metodologia**

Contrato 005/2012



21 de Janeiro de 2013.



Sumário

Dados Estatísticos Gerais	3
Panorama Mundial.....	3
O Mercado Turístico Nacional.....	6
O Estado de Alagoas: dados secundários disponíveis sobre demanda turística.....	10
Dados Secundários sobre a Demanda Turística no Baixo São Francisco	16
Pesquisa de Demanda Atual: Baixo São Francisco	18
Estratégia de aplicação.....	18
Resultados da Pesquisa primária	21
Perfil médio do Turista do Baixo São Francisco	38
Principais Conclusões: Pesquisa de Demanda Atual	39
Referências Bibliográficas	40



Projeto de Dinamização e Sustentabilidade do Turismo no Baixo São Francisco

Dados Estatísticos Gerais

Panorama Mundial

Durante as últimas seis décadas, o turismo tem experimentado crescimento contínuo e diversificação, tornando-se um dos maiores setores econômicos em crescimento em todo o mundo. Um número crescente de destinos vem ampliando e investindo no desenvolvimento do turismo, fazendo deste um fator chave de desenvolvimento econômico mediante o surgimento de novas empresas, criação de empregos e melhoria da infraestrutura.

Considerado uma das principais categorias mundiais de comércio, as receitas mundiais de exportação geradas pelo turismo receptivo, incluindo o transporte de passageiros, superaram 1.2 trilhões de dólares nos Estados Unidos da América em 2011, o que corresponde a cerca de 3.4 bilhões de dólares por dia, em média. (OMT, 2012)

Segundo a OMT (2012), as exportações de turismo representam até 30% das exportações mundiais de serviços comerciais e 6% das exportações de bens e serviços globais. Como categoria de exportação em escala mundial o turismo ocupa o 4º lugar, atrás apenas dos setores de combustíveis, produtos químicos e automotivo.

Apesar dos dados disponíveis acerca do turismo nos países ainda ser incipiente e fragmentado, a OMT estima que o turismo contribua com cerca de 5% do Produto Interno Bruto (PIB) mundial. Sua contribuição quanto a geração de empregos tende a ser ligeiramente superior: estima-se que entre 6 e 7% do número total de postos de trabalho (diretos e indiretos) em todo o mundo. (OMT, 2012).

Em 2010, o turismo mundial recuperou mais fortemente do impacto sofrido nos anos de 2008 e 2009, devido à crise financeira e a recessão econômica global. A chegada de turistas internacionais em todo o mundo chegou a 940 milhões em 2010, 6,6% a mais que no ano anterior (OMT, 2011). Em 2011, a demanda turística internacional manteve o seu crescimento (+4,6%), atingindo 983 milhões de turistas em todo o mundo. (OMT, 2012).

Ressalta-se que as viagens cuja motivação foi relativa a férias ou recreação superaram mais da metade do total de chegadas de turistas internacionais, chegando a 51% do total. As viagens de negócios ou fins profissionais corresponderam a 15% do total e 27% correspondeu a outras motivações, tais como visitas a parentes e amigos, motivos religiosos e tratamentos de saúde, dentre outros. Mais da metade dos turistas chegaram a seus destinos por meio de transporte aéreo (51%) e percebe-se a tendência de crescimento ainda maior do transporte aéreo em comparação com o terrestre. (OMT, 2012).

As receitas advindas do turismo internacional em 2011 alcançaram a cifra recorde de 1,3 trilhão de dólares norte-americanos, o que representa um crescimento real de 3,9% em relação a 2010 (ajustando às flutuações da taxa de câmbio e inflação), enquanto o número de chegadas internacionais cresceram 4,6% em 2011, conforme já dito anteriormente, o que demonstra forte correlação entre os dois indicadores (OMT, 2012).

Os principais destinos turísticos do mundo, em termos de número de chegadas internacionais, vêm se mantendo com poucas alterações ao longo dos anos, tendo a China subido para a 3ª posição em 2010 e a Turquia avançado para a 6ª posição em 2011 (Tabela 01):

Tabela 01: Chegadas Internacionais de Turistas – Por Países (2011)

Chegadas Internacionais de Turistas					
Países		Milhões		Variação (%)	
		2010	2011	2010/2009	2011/2010
1º	França	77.1	79.5	0,5	3,0
2º	Estados Unidos	59.8	62.3	8,8	4,2
3º	China	55.7	57.6	9,4	3,4
4º	Espanha	52.7	56.7	1,0	7,6
5º	Itália	43.6	46.1	0,9	5,7
6º	Turquia	27.0	29.3	5,9	8,7
7º	Reino Unido	28.3	29.2	0,4	3,2
8º	Alemanha	26.9	28.4	10,9	5,5
9º	Malásia	24.6	24.7	3,9	0,6
10º	México	23.3	23.4	4,2	0,5

Fonte: OMT, 2012

Com relação aos dados regionais, o Continente Americano registrou o maior crescimento de receitas a advindas do turismo internacional de todas as regiões, com um crescimento de

5,7%, em relação a 2010. Do mesmo modo, o número de chegadas internacionais também aumentou em 4% em 2011, alcançando um total de 157 milhões. (OMT, 2012).

Segundo a OMT (2012), a América do Sul foi o impulsionador do aumento de chegadas internacionais do Continente, estimulada pela forte demanda intra-regional, sendo o Brasil um dos mercados emissores que registrou maior crescimento.

Além do Panorama apresentado pela OMT, o Fórum Econômico Mundial realiza também um estudo acerca da competitividade turística de países, chamado *Travel & Tourism Competitiveness Report* (BLANKE & CHIESA, 2011).

Tal estudo analisa a competitividade de 139 países no turismo, através da análise de 14 pilares: 1) Políticas públicas, regras e regulações; 2) Sustentabilidade ambiental; 3) Proteção e segurança; 4) Saúde e higiene; 5) Priorização do turismo; 6) Infraestrutura do transporte aéreo; 7) Infraestrutura do transporte terrestre; 8) Infraestrutura turística; 9) Infraestrutura tecnológica; 10) Competitividade do preço na indústria de viagens e turismo; 11) Recursos Humanos; 12) Afinidade /percepção nacional por viagens e turismo; 13) Recursos Naturais; e 14) Recursos Culturais. Cada um desses pilares é, por sua vez, constituído por uma série de variáveis individuais.

O relatório aponta como sendo os países mais competitivos no turismo em 2011:

Tabela 02: Travel & Tourism Competitiveness Report – Ranking de Competitividade Turística

País	Ranking 2011	Nota	Ranking 2009
Suíça	1	5,68	1
Alemanha	2	5,50	3
França	3	5,41	4
Áustria	4	5,41	2
Suécia	5	5,34	7
Estados Unidos	6	5,30	8
Reino Unido	7	5,30	11
Espanha	8	5,29	6
Canadá	9	5,29	5
Singapura	10	5,23	10
Brasil	52	4,36	45

Fonte: BLANKE & CHIESA, 2011

A Suíça aparece como o país mais competitivo no turismo, em função das riquezas naturais e culturais, com um vasto número de Patrimônios da Humanidade, considerando a sua pequena extensão territorial. Nesse país, há altos investimentos na sustentabilidade ambiental e no desenvolvimento do turismo de forma sustentável. A Suíça investe também na qualificação profissional para a indústria do turismo e, não é por acaso, que o país concentra muitas das melhores escolas de hotelaria do mundo. Soma-se a isso a excelente infraestrutura de transporte terrestre, infraestrutura turística bem como a segurança. (BLANKE & CHIESA, 2011).

No ranking geral, o Brasil aparece na 52ª posição em 2011, tendo perdido 7 posições quando comparado ao índice de 2009. Apesar dessa aparente “queda” da competitividade do país, ressalta-se que em 2011 foram incluídos 6 novos países, o que faz com que a comparação apenas pelo ranking geral não seja a mais adequada. . (BLANKE & CHIESA, 2011).

Quando observado apenas o ranking do Continente Americano, o Brasil ocupa a 7ª posição, atrás de Estados Unidos, Canadá, Barbados, México, Costa Rica e Porto Rico. Interessante ressaltar que o Brasil ocupa o 1º lugar geral no que diz respeito a recursos naturais e o 23º no que diz respeito aos recursos culturais, em função da quantidade de sítios tombados pelo Patrimônio Mundial, grande proporção de área protegida, e a mais rica fauna do mundo. . (BLANKE & CHIESA, 2011).

Por outro lado, os aspectos apontados como deficientes foram: a rede de transporte terrestre, que se mantém subdesenvolvida com a baixa qualidade de estradas, portos e ferrovias; baixa competitividade no preço, atribuída às altas taxas de impostos e aeroportuárias, assim como preços elevados e alta tributação em geral; e o fato de o ambiente político não ser particularmente propício ao desenvolvimento do setor, com regras desencorajadoras acerca de investimento estrangeiro direto, o tempo exigido para a abertura de um negócio e outras restrições. (BLANKE & CHIESA, 2011).

O Mercado Turístico Nacional

A pesquisa de “Caracterização e Dimensionamento do Turismo Doméstico no Brasil” iniciou-se em 1998 e está em sua 5ª edição, sendo coordenada pelo Ministério do Turismo. Tal pesquisa se configura em uma das principais fontes de informação acerca da demanda turística nacional, uma vez que é realizada em 137 municípios brasileiros. Tem como população de

pesquisa o conjunto de domicílios particulares permanentes situados nas áreas urbanas do país e objetiva levantar dados sobre as viagens realizadas em 2011. No ano de 2012, a pesquisa envolveu cerca de 37 mil domicílios brasileiros.

Abaixo, serão apresentados alguns resultados da pesquisa mais recente realizada, publicada em 2012 e relativa aos anos 2010/2011, que apresenta algumas constatações e tendências acerca do mercado turístico brasileiro.

Principais informações sobre a demanda turística nacional:

A permanência média nas viagens varia de acordo com o motivo, sendo que a permanência de 31 dias ou mais é mais evidente quando a motivação é negócios. As viagens curtas, de 2 a 3 dias, são as com maior percentual, independente da motivação (31,7%).

Com relação ao meio de transporte, as alternativas “carro próprio” e “avião” revelam expressivas participações relativas, respectivamente, 44,1% e 17,0%, acumulando 61,1% no total, independente da motivação. Destaca-se ainda Ônibus de Linha, com 26,9%.

O principal meio de hospedagem utilizado é a “casa de amigos ou parentes”, com participação relativa de 62,8% no total, sem considerar a motivação. Destaca-se também a expressiva participação de Hotéis, Pousadas e Resorts, que juntos respondem por 24,7%. Quando a motivação é negócios, 36,8% indicaram Hotel de 1 a 3 estrelas como meio de hospedagem.

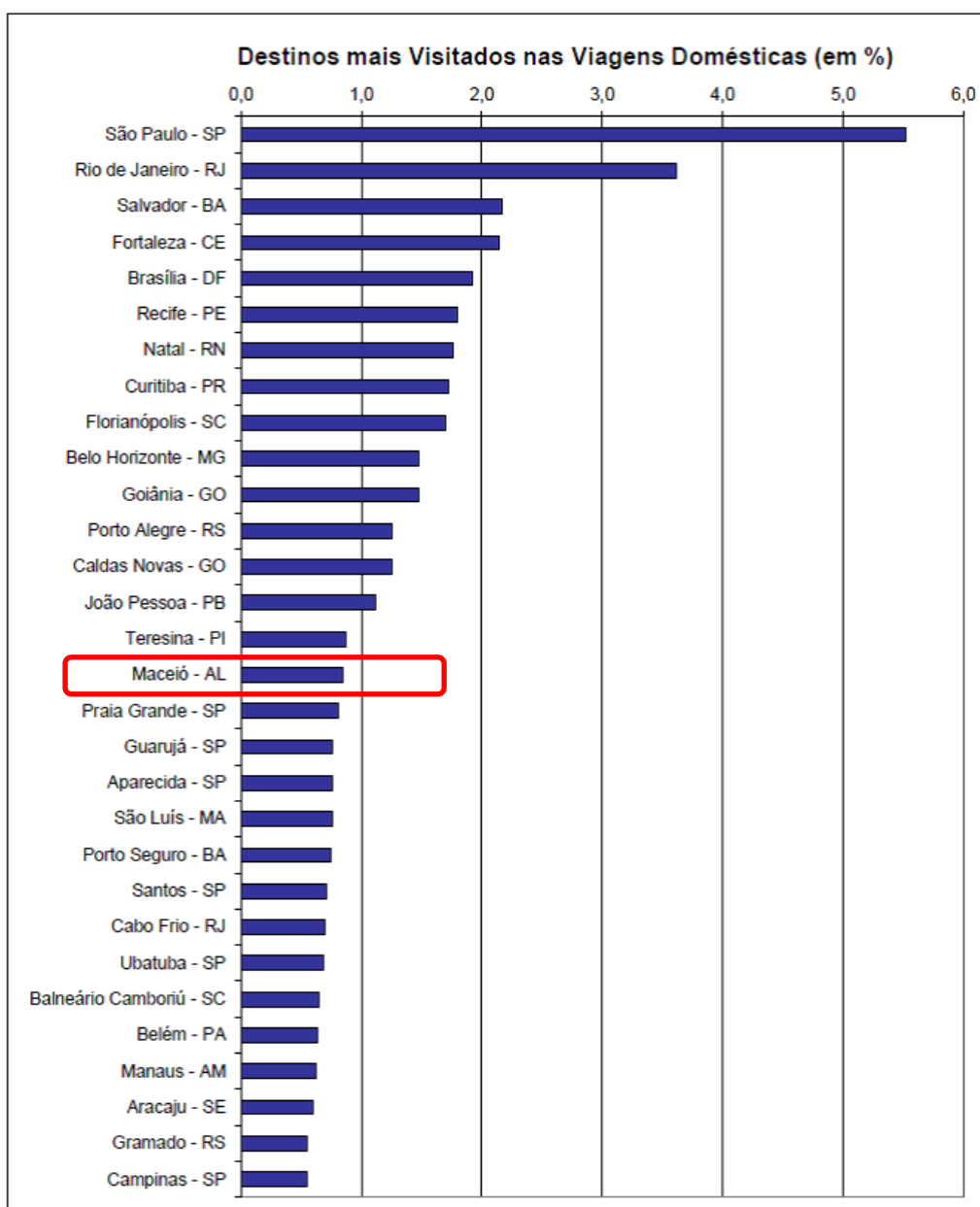
Nas classes mais baixas de renda são destacadamente predominantes o meio “casa de amigos ou parentes”, enquanto que os modos “Hotéis”, “Pousadas” ou “Resorts” e “Imóvel Próprio” crescem com a renda.

Mais de 90% dos turistas não utilizaram agência para organizar a principal viagem doméstica. A utilização de agência de viagem aumenta conforme a renda do turista, passando de 3,6% (na classe de até 4 salários mínimos) para 12,2% na classe de renda mais alta.

Com relação ao atendimento das expectativas de viagem na principal viagem doméstica realizada, a grande maioria teve sua expectativa “Totalmente atendida” (83,5%), que, acrescida da alternativa “Parcialmente atendida”, alcança quase 100% (98,9%). Quando analisados os dados por Região, os melhores resultados são alcançados pelas regiões Sul (com expectativas Total ou Parcialmente atendidas de 99,3%) e Sudeste (99,1%).

Os destinos mais visitados têm a ver com a proximidade dos principais emissores, tendo em vista que cerca de 70% dos fluxos ocorrem dentro das próprias regiões, em número de viagens (Gráfico 01):

Gráfico 01: Destinos Mais Visitados nas Viagens Domésticas (%)



Fonte: Pesquisa de Caracterização e Dimensionamento do Turismo Doméstico no Brasil. Ministério do Turismo, 2012.

Pelo **Gráfico 01**, pode-se observar que o destino Maceió é citado como o 16º mais visitado em viagens domésticas. Dentre os destinos turísticos “sonhados” (ou desejados) pelos entrevistados, a região Nordeste se apresenta em primeiro lugar, com 54,2% das citações, contendo, portanto, os destinos mais desejados pelos turistas brasileiros de todas as regiões (**Quadro 01**):

Quadro 01: Destinos Turísticos mais Desejados, por Região de Origem e Destino

Destinos Turísticos mais Desejados, por Região de Origem e Destino (em %)						
Região de Origem	Região de Destino Desejado					Total
	Centro-Oeste	Nordeste	Norte	Sudeste	Sul	
Centro-Oeste	8,2	59,6	3,3	17,5	11,4	100,0
Nordeste	5,8	41,6	3,9	33,6	15,2	100,0
Norte	5,4	50,1	9,0	23,4	12,1	100,0
Sudeste	7,5	62,7	4,7	11,6	13,6	100,0
Sul	6,4	54,5	4,0	19,1	16,1	100,0
Total	6,7	54,2	4,5	20,4	14,1	100,0

Fonte: Pesquisa de Caracterização e Dimensionamento do Turismo Doméstico no Brasil. Ministério do Turismo, 2012

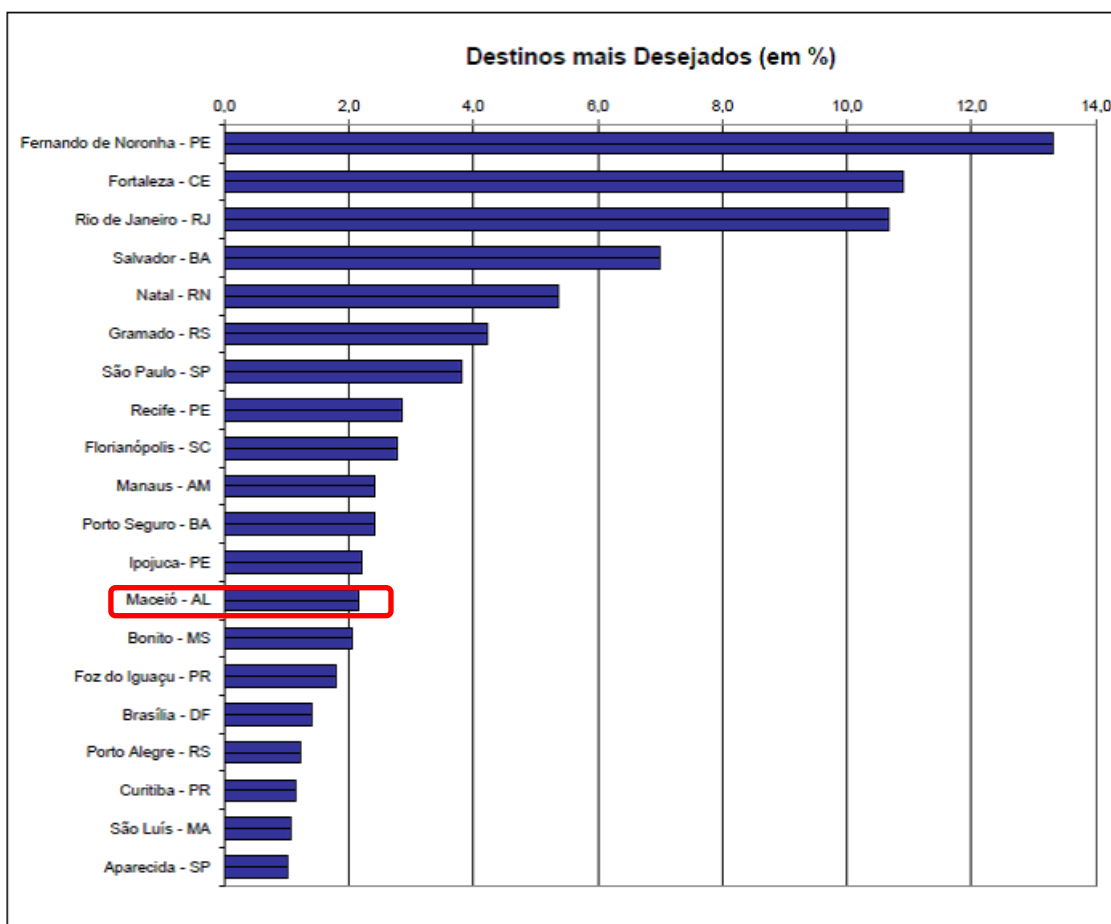
Em termos de cidades, os destinos mais desejados pelos brasileiros estão na região Nordeste do País (**Gráfico 02**), com destaque para Fernando de Noronha e Fortaleza. Maceió aparece em 13º lugar, e em 8º lugar quando considerado apenas os destinos da região Nordeste do país, estando atrás de: Fernando de Noronha (PE), Fortaleza (CE), Salvador (BA), Natal (RN), Recife (PE), Porto Seguro (BA) e Ipojuca (PE).

De acordo com a relação Origem/Destino em número de turistas, destaca-se que a região Sudeste (relação origem/destino de 1,1) caracteriza-se como centro predominantemente emissor. A região Nordeste, por seu lado, caracteriza-se como eminentemente receptiva (relação origem/destino de 0,9).

Importante ressaltar a predominância das viagens de menores distâncias relativas, tanto intrarregiões, cerca de 73% dos fluxos em nº de Turistas, como intra-Estados, 51% dos fluxos.

Esta predominância intrarregional permanece em valores dos Gastos/Receitas, embora em menor escala: os fluxos intrarregiões em Gastos/Receitas responde por 60% do total e os intra-Estado por 37%.

Gráfico 02: Destinos mais Desejados (%)

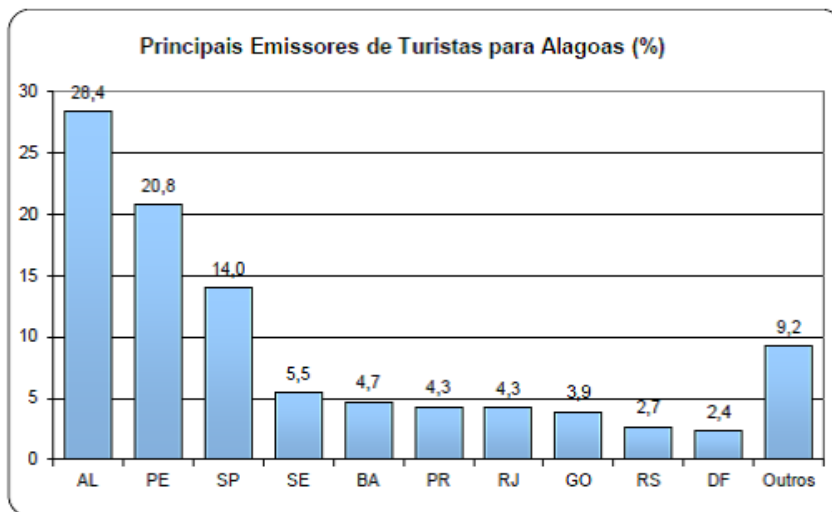


Fonte: Pesquisa de Caracterização e Dimensionamento do Turismo Doméstico no Brasil. Ministério do Turismo, 2012

O Estado de Alagoas: dados secundários disponíveis sobre demanda turística

De acordo com a pesquisa de Caracterização e Dimensionamento do Turismo Doméstico no Brasil 2010/2011 (Ministério do Turismo, 2012) o principal centro emissor de turistas para Alagoas é o próprio Estado, com 28,4% do total. Em seguida, destaca-se o estado de Pernambuco (20,8%) e São Paulo (14%), conforme destacado no **Gráfico 03**:

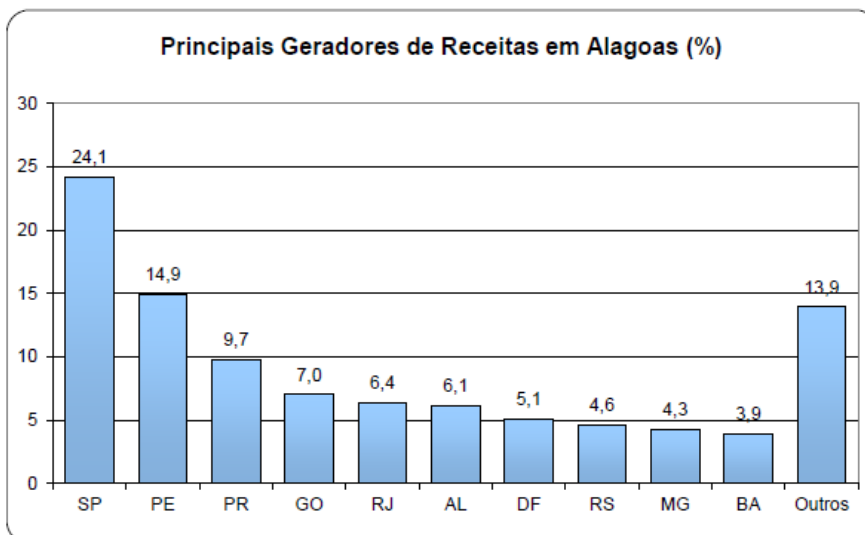
Gráfico 03: Principais Emissores de Turistas para Alagoas (%)



Fonte: Pesquisa de Caracterização e Dimensionamento do Turismo Doméstico no Brasil. Ministério do Turismo, 2012

Já com relação a origem dos principais turistas geradores de receita para o estado de Alagoas, ou seja, aqueles que mais gastam no destino, destaca-se o estado de São Paulo com o maior percentual: 24,1%, seguido de Pernambuco (14,9%) e Paraná (9,7%). Nessa análise, o estado de Alagoas aparece com 6,1% (**Gráfico 04**).

Gráfico 04: Principais Geradores de Receita em Alagoas (%)



Fonte: Pesquisa de Caracterização e Dimensionamento do Turismo Doméstico no Brasil. Ministério do Turismo, 2012

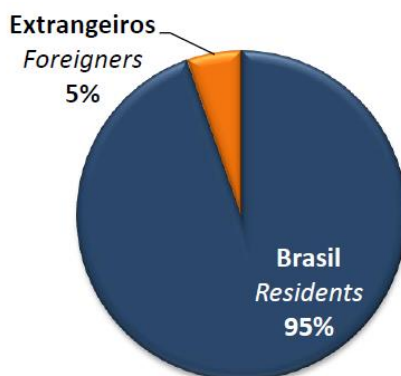
Um motivo para a diferença desses números (principais emissores x principais geradores de receita) pode estar relacionado à distância percorrida, o que faz com que o gasto do turista que mora no próprio Estado seja bem menor ao do turista que vem de São Paulo, por exemplo.

Cabe observar também que o estado de Pernambuco se configura em um mercado interessante, uma vez que se encontra na mesma região de Alagoas e aparece tanto dentre os principais emissores de turistas quanto dentre os principais geradores de receita. O mesmo vale para o mercado São Paulo, que sem dúvida alguma, é o principal mercado emissor do país e não deve ser desconsiderado em termos de investimentos em promoção.

O perfil do turista que se hospedou em hotéis de Maceió em 2011 é formado essencialmente por pessoas de 36 a 50 anos (33%) e 26 a 35 anos (31%), cuja motivação principal é passeio (72%). Vale destacar também que o principal meio de transporte utilizado foi o avião (com 79%), seguido de carro (17%), e ônibus (3%), com uma participação bem menor (SETUR-AL, 2012).

Segundo dados da SETUR-AL, os estrangeiros representaram 5% do total de hóspedes em Maceió no primeiro trimestre de 2012, sendo os principais mercados emissores a Argentina, Chile Itália, Portugal e Espanha, respectivamente (Gráfico 05).

Gráfico 05: Procedência dos Hóspedes de Maceió – 1º trimestre de 2012



Fonte: SETUR-AL, 2012

Com relação aos dados acerca da hotelaria do Estado, segundo a Secretaria de Estado de Turismo de Alagoas (SETUR-AL), em 2011 havia disponíveis cerca de 20 mil unidades

habitacionais (UH's) no total, envolvendo mais de 55 mil leitos, considerando hotéis de grande, médio e pequeno porte, bem como pousadas e albergues. Apenas no município de Maceió há registrado cerca de 100 equipamentos de hospedagem em 2011, com aproximadamente 5 mil UH's e 13 mil leitos. (SETUR-AL, 2012).

Quadro 02: Oferta Hoteleira Alagoas 2011

MEIOS DE HOSPEDAGEM	MACEIÓ			INTERIOR DO ESTADO			ALAGOAS		
	QTD	UH's	LEITOS	QTD	UH's	LEITOS	QTD	UH'S	LEITOS
HOTÉIS DE GRANDE PORTE (acima de 100 uh's)	18	2.720	6.857	03	597	1.823	22	3.317	8.680
HOTÉIS DE MÉDIO PORTE (de 51 a 100 uh's)	11	832	2.025	11	716	1.698	22	1.548	3.723
HOTÉIS DE PEQUENO PORTE (até 50 uh's)	26	818	2.115	54	1.250	3.098	80	2.068	5.213
POUSADAS	43	723	1.949	222	2.994	7.965	265	3.717	9.914
ALBERGUES	03	34	125	-	-	-	03	34	125
TOTAL	102	5.127	13.071	290	5.557	14.584	392	10.684	27.655

Fonte: SETUR-AL, 2012

A distribuição dos empreendimentos de hotelaria no estado de Alagoas, de acordo com o Censo Hoteleiro realizado pela SETUR-AL em 2011, ocorre da seguinte maneira: a região metropolitana de Maceió abriga 27% dos equipamentos; a região da Costa dos Corais¹ abriga cerca de 23%; e a região dos Lagos e Mares do Sul², 22%. Já a região dos Caminhos do São Francisco³ (ou Baixo São Francisco) abriga 14% da oferta hoteleira, conforme observado no **Gráfico 06**. Em seguida, tem-se a região do Celeiro das Tradições⁴ (com 11%), Quilombos⁵ (com 2%), Sertão Alagoano⁶ (com 1%).

1 A região da Costa dos Corais envolve os municípios de Paripueira, Barra de Santo Antônio, Passo de Camaragibe, São Miguel dos Milagres, Porto de Pedras, Japaratinga e Maragogi.

2 Lagos e Mares do Sul envolve os municípios de Pilar, Marechal Deodoro, Jequiá da Praia, Barra de São Miguel, Coruripe e Feliz Deserto.

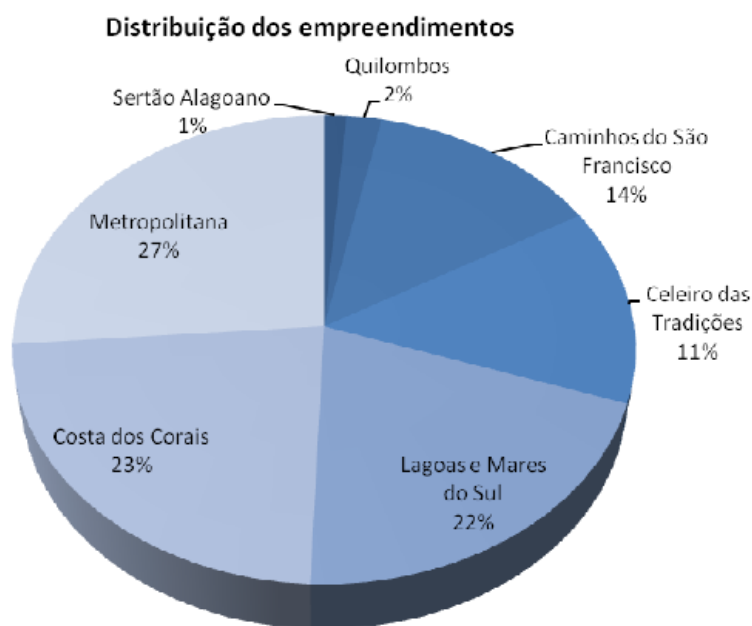
3 Caminhos do São Francisco envolve os municípios de Piaçabuçu, Penedo, Pão de Açúcar, Piranhas, Delmiro Gouveia e Água Branca.

4 Celeiro das Tradições envolve os municípios de Arapiraca, São Sebastião, Palmeira dos Índios e Campo Alegre.

5 Quilombos envolve os municípios de União do Palmares e Viçosa.

6 Sertão Alagoano envolve os municípios Olho D'Água das Flores e Santana do Ipanema.

Gráfico 06: Distribuição dos empreendimentos de hospedagem de Alagoas em 2011



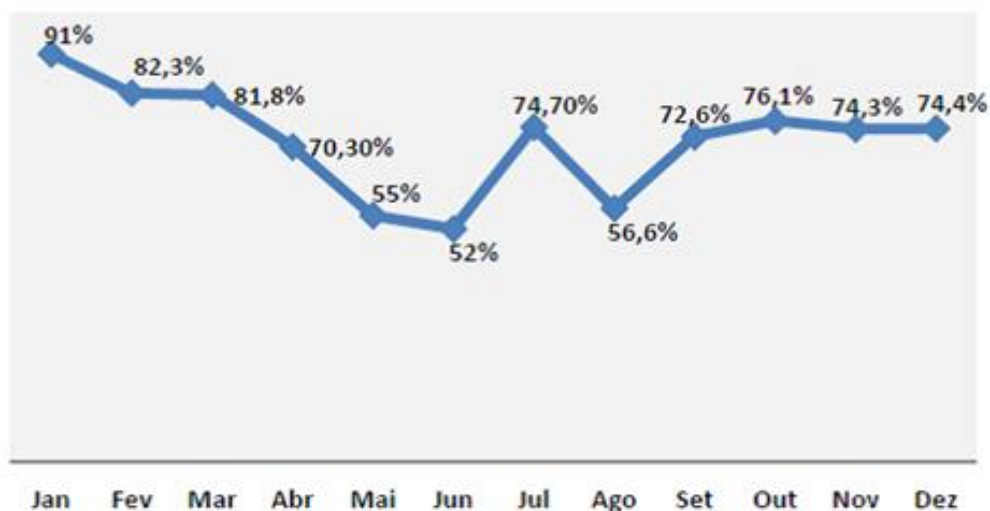
Fonte: SETUR-AL – Censo Hoteleiro, 2011

Ainda segundo o censo hoteleiro (SETUR-AL, 2011), o setor emprega mais de 4 mil pessoas em todo o Estado, e Maceió concentra o maior número de empregados do setor: 38% dos profissionais.

Apesar de se tratar de um cadastro obrigatório, apenas 46% dos empreendimentos de hospedagem possuem o CADASTUR em Alagoas (SETUR-AL, 2011). Trata-se do sistema de cadastro de pessoas físicas e jurídicas que atuam na cadeia produtiva do turismo, executado pelo Ministério do Turismo em parceria com os Órgãos Oficiais de Turismo das Unidades da Federação. Tal cadastro é obrigatório para alguns prestadores de serviço, dentre eles os meios de hospedagem, agências, guias de turismo, dentre outros.

A taxa de ocupação média da hotelaria da cidade de Maceió em 2011, monitorada pela SETUR-AL por meio dos boletins de ocupação hoteleira, foi de 71,7%, sendo registrada no mês de Janeiro a maior ocupação, de 91%.

Gráfico 07: Taxa de Ocupação Hoteleira de Maceió - Janeiro a Dezembro de 2011



Fonte: SETUR-AL, 2012

Ainda segundo dados da SETUR-AL, a capital Maceió recebeu cerca de 1,5 milhões de visitantes em 2011, enquanto em todo o Estado foram registrados cerca de 2,4 milhões de visitantes, conforme Quadro 03.

Quadro 03: Comparativo Anual de Fluxo de Visitantes de Alagoas - 2002/2011

		COMPARATIVO ANUAL FLUXO DE VISITANTES 2002 / 2011									
		2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Fluxo	Maceió	889.622	1.012.618	951.922	1.100.780	1.068.421	1.014.167	1.099.795	1.284.815	1.346.933	1.501.005
Fluxo	global Alagoas	1.334.433	1.518.927	1.427.883	1.651.170	1.602.632	1.521.251	1.649.693	1.927.222	2.020.400	2.401.608*

Fonte: Gerencia de Estudos e Pesquisas - Setur/AL

**Conforme atualização metodológica*

Fonte: SETUR-AL, 2012

A permanência média do turista no Estado é de 3,7 dias, sendo registrados uma permanência média ligeiramente superior nos meses de dezembro, janeiro, fevereiro e março, considerados alta temporada. (SETUR-AL, 2012).

Dados Secundários sobre a Demanda Turística no Baixo São Francisco

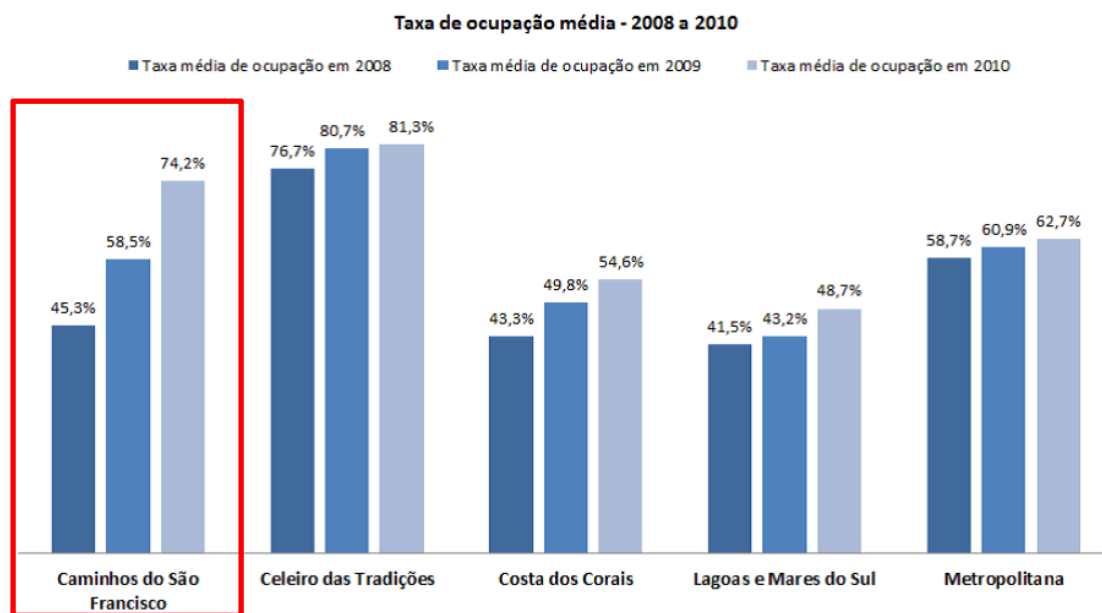
Os dados secundários disponíveis acerca da demanda turística, bem como da oferta existente na região do Baixo São Francisco são incipientes, existindo poucas fontes de informação e ausência de monitoramentos sistemáticos.

A SETUR-AL realizou em 2011 um censo hoteleiro, conforme já citado anteriormente, de onde foi possível obter algumas poucas informações da oferta hoteleira existente.

Na região conhecida como Caminhos do São Francisco, foram identificados 53 equipamentos hoteleiros, envolvendo 856 UH's e 2016 leitos. O valor da diária praticado por esses equipamentos gira em torno de R\$ 67,00 na média (SETUR-AL, 2011).

A taxa de ocupação média na região do Baixo São Francisco registrou um progressivo crescimento, quando comparado o período de 2008, 2009 e 2010, passando de 45,3% a 74,2% em 2010, como observado no **Gráfico 08**.

Gráfico 08: Taxa de Ocupação Média dos Hotéis de Alagoas – 2008 a 2010



Fonte: SETUR-AL – Censo Hoteleiro, 2011

Pelo **Gráfico 08** percebe-se, portanto, que a taxa de ocupação média da região do Baixo São Francisco vem variando positivamente, sendo registrada na região a 2ª maior taxa de ocupação média no Estado em 2010. Apesar de esse ser um dado interessante, vale ressaltar

que o número de equipamentos, UH's e leitos disponíveis influenciam diretamente na variação da ocupação hoteleira, devendo este resultado ser analisado com cautela.

Do total de funcionários que trabalham no setor hoteleiro em Alagoas, 5% estão na região Caminhos do São Francisco, como destacado no Gráfico 09, o que representa cerca de 200 empregados (SETUR-AL, 2011).

Gráfico 09: Pessoas ocupadas no setor hoteleiro de Alagoas – por região



Fonte: SETUR-AL – Censo Hoteleiro, 2011

Pesquisa de Demanda Atual: Baixo São Francisco

Estratégia de aplicação

Considerando que o Estado de Alagoas recebeu 2.401.608 turistas em 2011 (SETUR, 2012) e que a pesquisa de demanda potencial aplicada pelo IBERTUR durante a realização do presente estudo identificou que 19,2% das pessoas que visitaram Alagoas foram à Região do Baixo São Francisco, podemos afirmar que a região recebeu cerca de 460 mil turistas e visitantes (2011).

O mesmo estudo realizado pelo IBERTUR afirma ainda que dentre as pessoas que visitaram a região do Baixo São Francisco, 38,7% não dormiu, portanto entre os turistas e visitantes, apenas 61,3% deles podem ser considerados turistas segundo a definição da OMT. Isso permite concluir que no ano de 2011, a região recebeu cerca de 280 mil turistas.

Considerando esse volume de turistas inferido, a divisão dos questionários foi definida de acordo com o potencial de atração de turistas para cada um dos municípios mais relevantes para o turismo da região, sendo privilegiados aqueles que historicamente possuem um fluxo maior nas datas da pesquisa.

A amostra foi definida para um intervalo de confiança de 95%, com uma margem de erro de 3,2%. Ressalta-se que o objetivo da pesquisa é traçar o perfil dos visitantes para a Região do Baixo São Francisco e caso a análise seja feita para cada um dos municípios individualmente, a margem de erro será ampliada.

Para traçar o perfil desse turista, suas necessidades e expectativas, foram aplicados 1034 questionários no território. Os questionários foram aplicados por uma equipe de seis pesquisadores que passaram por um treinamento específico no que diz respeito ao entendimento do questionário, forma de abordagem e postura desejada.

Os turistas foram selecionados de forma aleatória, sendo que em cada grupo (independente do tamanho), apenas um indivíduo foi entrevistado. A aplicação dos questionários foi feita apenas nos municípios que contam com melhores estruturas e maiores fluxos turísticos, em períodos de Alta e Baixa temporada, permitindo consolidar os resultados e comparações sem função do período. O **quadro 4** apresenta os períodos de aplicação dos questionários, divididos em Alta e Baixa Temporada:

Quadro 04: Períodos de Aplicação dos questionários de pesquisa de demanda turística no Baixo São Francisco, por temporada - 2012/2013

Alta Temporada	Baixa Temporada
16 e 17 de Novembro Feriado 15 de Novembro	28 a 30 de Setembro de 2012
29 a 31 de Dezembro de 2012 Reveillon	
04 a 06 de Janeiro Férias de Verão	

Fonte: IBERTUR, 2013

Os locais específicos de Aplicação da pesquisa foram:

- **Piaçabuçu:**
 - Porto de embarque no centro da cidade (Para a Foz do Rio São Francisco);
 - Foz do Rio São Francisco);
 - Praia do Peba
 - Centro
- **Penedo:**
 - Centro Histórico;
 - Museu do Paço Imperial;
 - Pousada Colonial;
 - Igreja da Corrente.
 - Casa da Aposentadoria;
- **Piranhas:**
 - Restaurante Carrancas (Embarque de grupos para os Canions do Rio São Francisco, localizado no município de Canindé de São Francisco);
 - Centro histórico;
 - Bares da Orla turística do Centro histórico;
 - Mercado de Artesanato;
 - Restaurante Flor de Cactus;
 - Restaurante Caboclo D`água;
- **Delmiro Gouveia:**
 - Angiquinhos;
 - Centro comercial;
 - Mirante do Talhado (Pousada);
 - Restaurante Castanho;
 - Museu Delmiro Gouveia.

As pesquisas em Delmiro Gouveia foram realizadas apenas na primeira etapa de coleta, até Novembro de 2012. Em função das dificuldades encontradas para se obter um número razoável de pesquisas respondidas no município, mesmo em períodos de alta temporada, decidiu-se por não repetir a coleta a partir de Dezembro de 2012. Não existem estatísticas específicas oficiais sobre o número de turistas no município, mas a vivência em campo permitiu concluir que esse número é bastante inferior ao de outros municípios e os resultados não permitiriam extrapolação estatística confiável para qualquer conclusão.

Os questionários foram elaborados em conjunto com as instituições parceiras e sua versão final foi validada pelo Comitê Gestor do Projeto, formado pelas instituições responsáveis pelas decisões estratégicas do projeto e está disponível no **Anexo 1**. Esse formulário foi formatado em apenas uma página para que os turistas e pesquisadores sentissem que a aplicação fosse ágil, de modo a garantir maior participação e melhor qualidade nos dados.

O trabalho de campo para realização Pesquisa de Demanda Atual no Baixo São Francisco ocorreu no período de Setembro de 2012 a Janeiro de 2013 e a aplicação dos questionários foi distribuída conforme os dados abaixo:

Quadro 05: Quantidade de questionários aplicados na de pesquisa de demanda turística no Baixo São Francisco, por local e período de aplicação - 2012/2013

Período	Número de Questionários	Cidades
28 a 30 de Setembro de 2012	151	Piranhas, Penedo e Piaçabuçu
16 e 17 de Novembro de 2012	263	Delmiro Gouveia, Piranhas, Penedo e Piaçabuçu
29 a 31 de Dezembro de 2012	265	Delmiro Gouveia, Piranhas, Penedo e Piaçabuçu
04 a 06 de Janeiro de 2013	259	Delmiro Gouveia, Piranhas, Penedo e Piaçabuçu
13 de Janeiro de 2013	96	Penedo (Festa do Bom Jesus dos Navegantes)

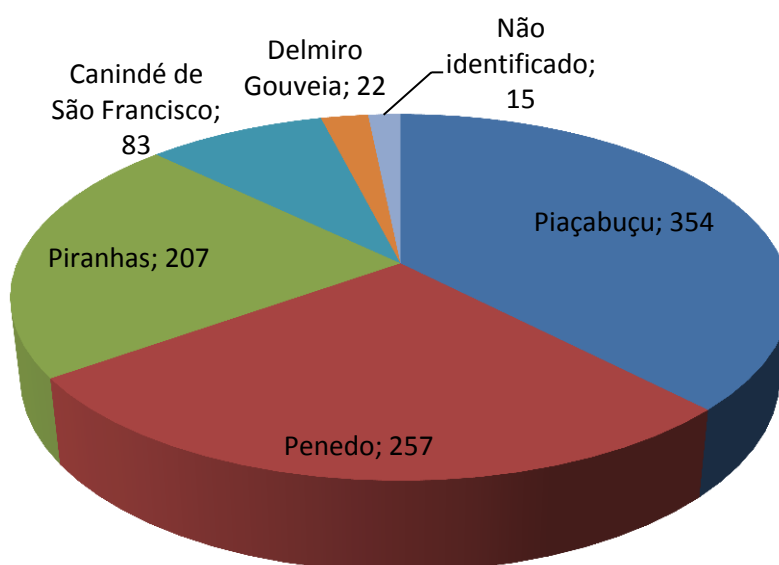
Fonte: IBERTUR, 2013

Resultados da Pesquisa primária

Os resultados encontrados após a aplicação tabulação e análise dos dados são apresentados nos gráficos e tabelas abaixo. Essas informações são comentadas apenas nos casos em que há algum dado relevante, que seja necessário destacar.

Diversas análises e interpretações são possíveis a partir dessas informações e os dados brutos são todos publicados para permitir consolidação de série histórica futura:

Gráfico 10: Questionários aplicados. Local de aplicação; e quantidade. 2012/ 2013



Fonte: IBERTUR, 2013

Foram aplicados ao todo 1034 questionários de demanda real na região do Baixo São Francisco. Desse total, 96 questionários não estão sendo considerados nesses resultados porque foram aplicados durante a realização da festa do Bom Jesus dos Navegantes em Penedo e serão apresentados isoladamente com o objetivo de formar uma série histórica, uma vez que já foram realizadas pesquisas de demanda durante esse evento em períodos anteriores.

Cerca de 38% dos questionários foram aplicados em Piaçabuçu onde foi encontrado um fluxo turístico mais intenso. Os questionários identificados como Canindé de São Francisco-SE foram aplicados no restaurante Karrancas (principal ponto de embarque para os Cânions do São Francisco) e podem ser analisados em conjunto com aqueles aplicados em Piranhas-AL.

Gráfico 11: Principais cidades de origem, em Porcentagem (%).

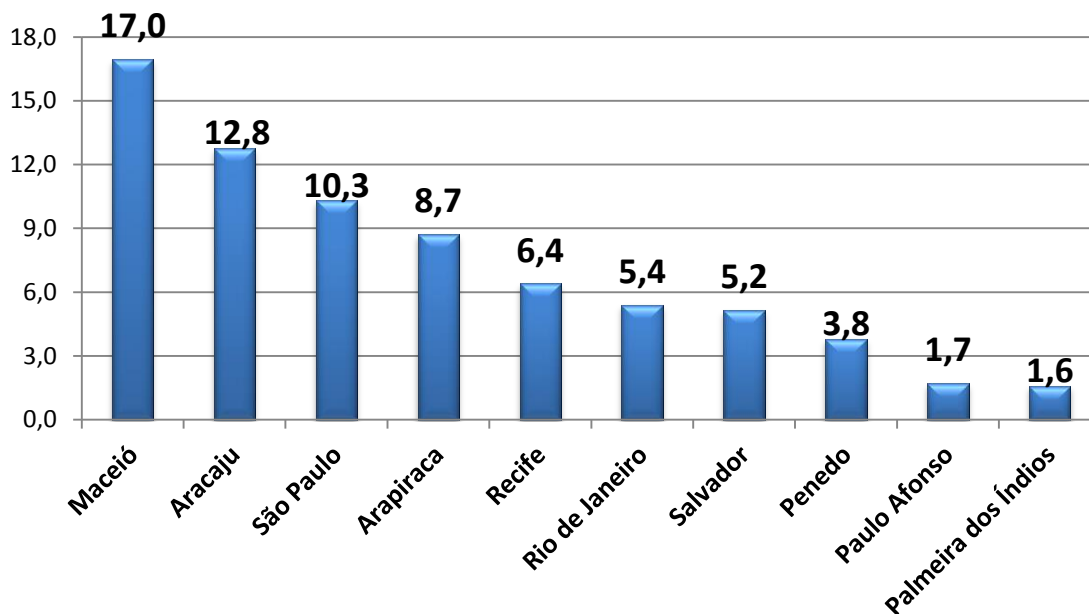
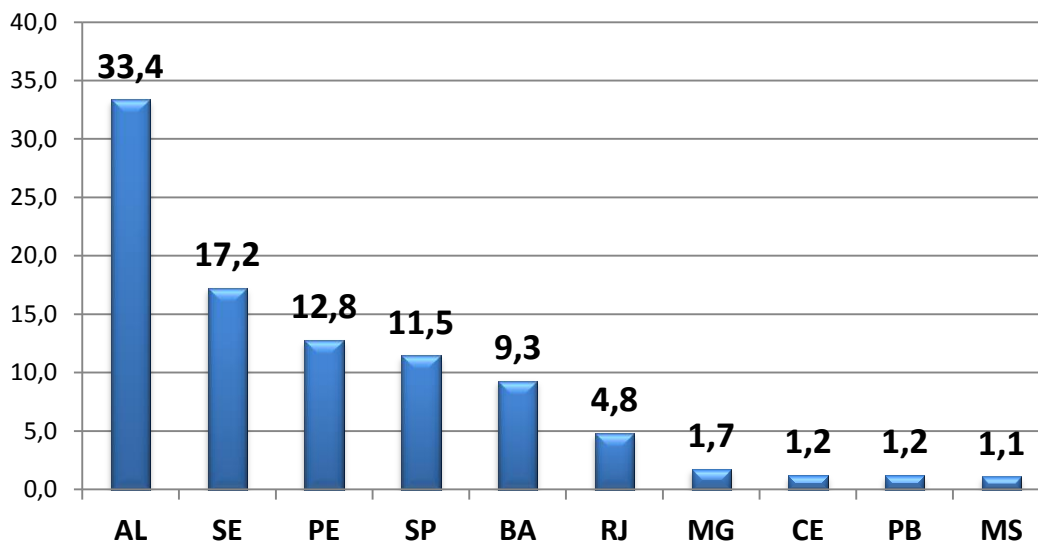


Gráfico demonstrativo das 10 cidades com mais ocorrências

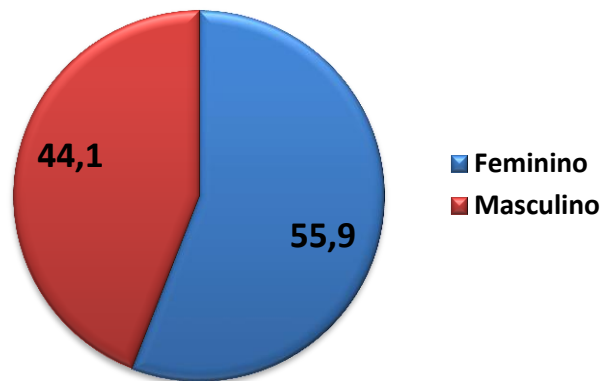
Fonte: IBERTUR, 2013

Gráfico 12: Principais estados de origem, em Porcentagem (%).



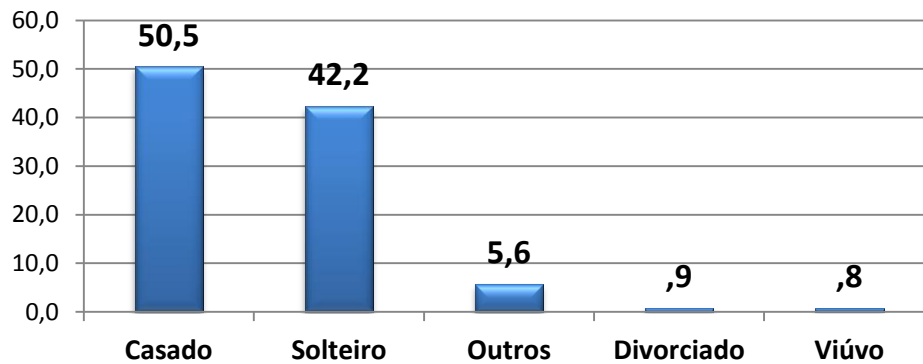
Fonte: IBERTUR, 2013

Gráfico 13: Sexo, em Porcentagem (%).



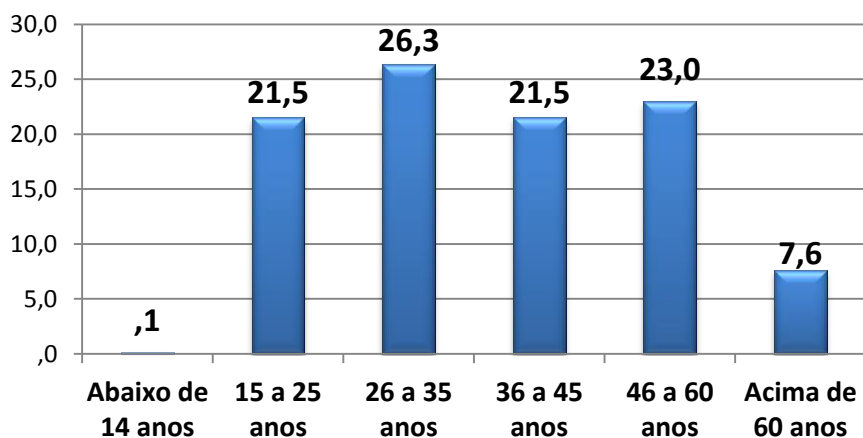
Fonte: IBERTUR, 2013

Gráfico 14: Estado Civil, em Porcentagem (%).



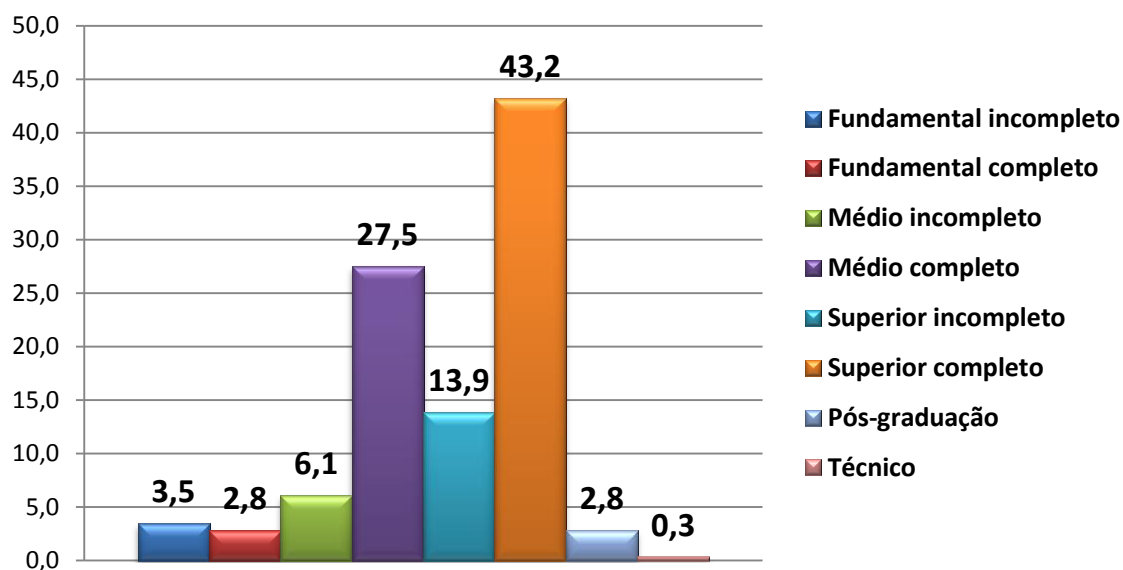
Fonte: IBERTUR, 2013

Gráfico 15: Faixa Etária, em Porcentagem (%).



Fonte: IBERTUR, 2013

Gráfico 16: Nível de Escolaridade, em Porcentagem (%).



Fonte: IBERTUR, 2013

Gráfico 17: Principais profissões, em Porcentagem (%).

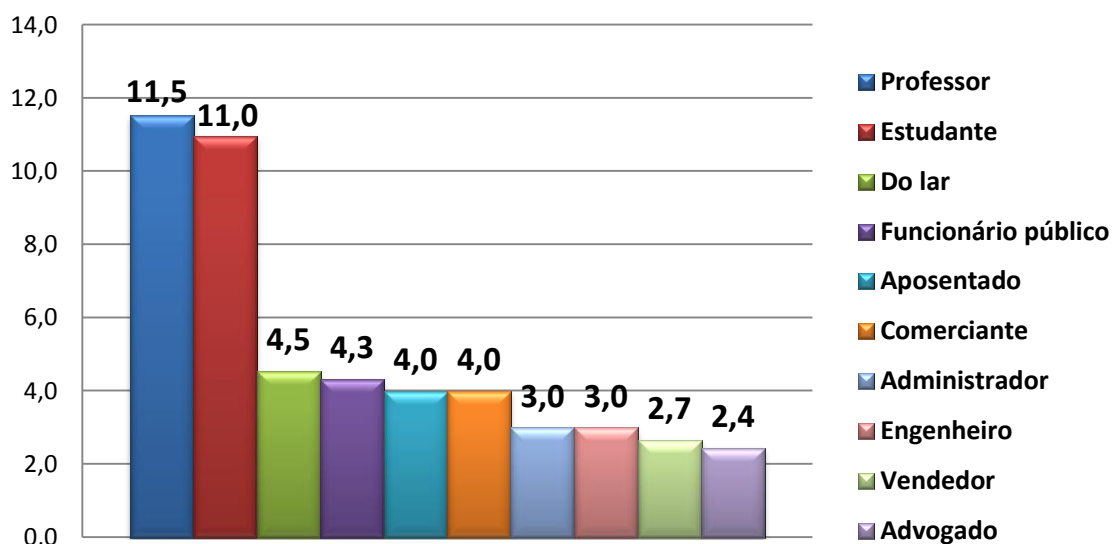
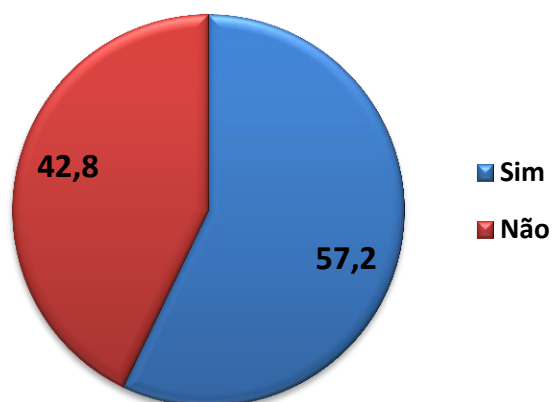


Gráfico demonstrativo das 10 profissões com mais ocorrências

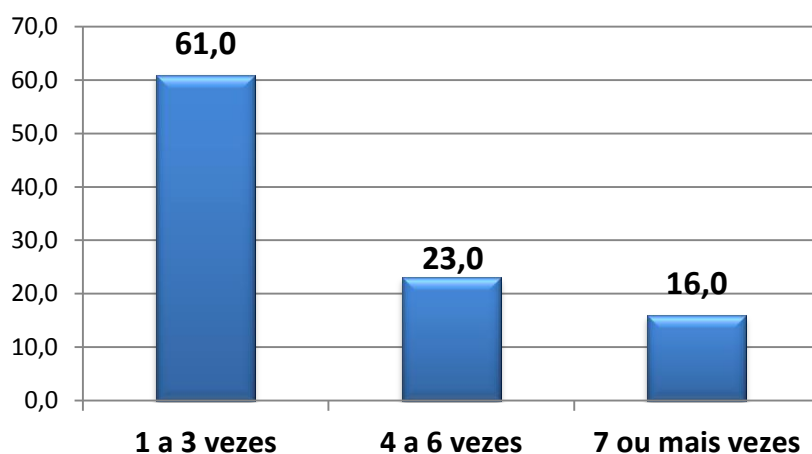
Fonte: IBERTUR, 2013

Gráfico 18: Porcentagem de entrevistados que viaja a Alagoas pela primeira vez (%).



Fonte: IBERTUR, 2013

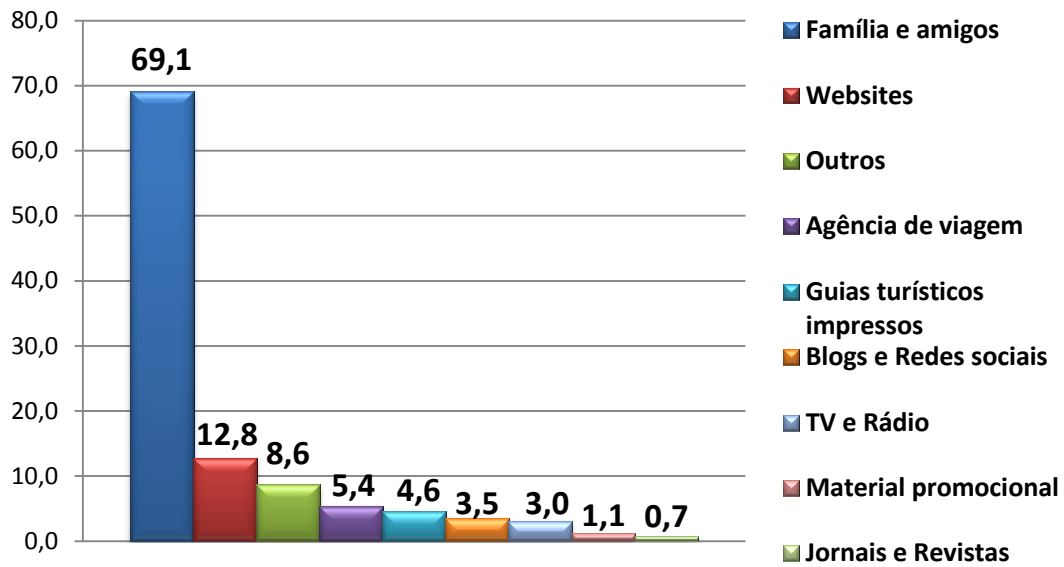
Gráfico 19: Número de vezes que viajou a Alagoas, em Porcentagem (%).



Fonte: IBERTUR, 2013

Dentre os entrevistados que não estão viajando a Alagoas pela primeira vez, 61% (portanto, a maior parte) deles está realizando a 2ª, 3ª ou 4ª viagem e 16% deles já visitou o estado 7 vezes ou mais. Em média, os entrevistados realizaram **5,16** viagens ao estado, sendo que os valores mais altos foram desconsiderados nesse cálculo para evitar distorções exageradas, afinal alguns turistas informaram que visitaram o estado mais de 70 vezes.

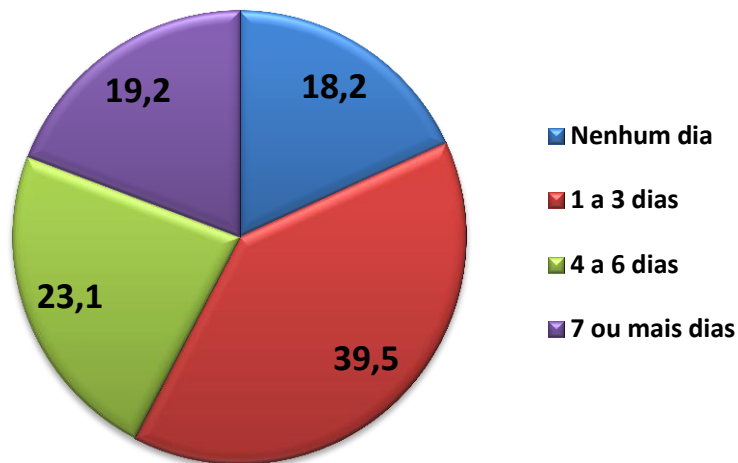
Gráfico 20: Principais fontes de informação para preparar as viagens, em Porcentagem (%).



*Resposta múltipla. A soma das respostas será mais que 100%

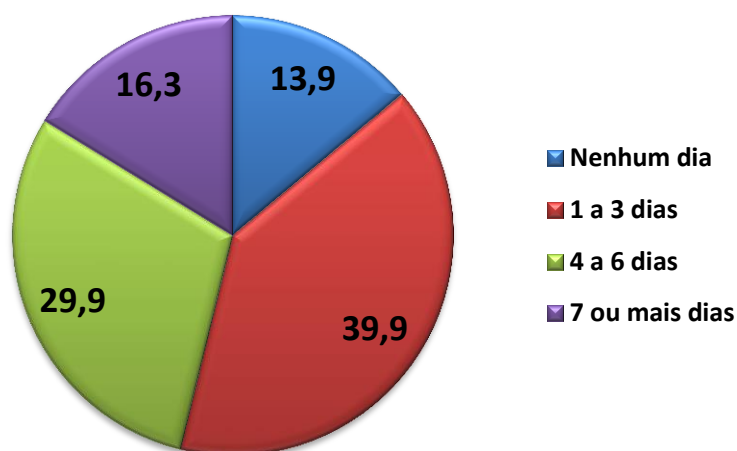
Fonte: IBERTUR, 2013

Gráfico 21: Tempo de permanência em Alagoas, em Porcentagem (%).



Fonte: IBERTUR, 2013

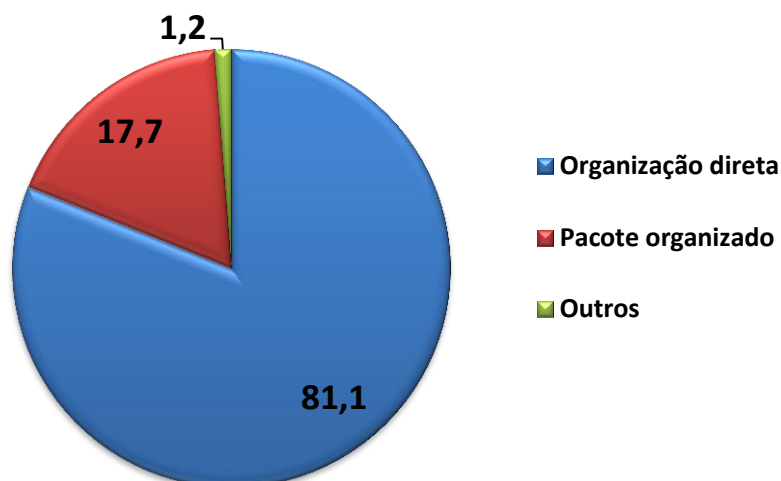
Gráfico 22: Duração total da viagem, em Porcentagem (%).



Fonte: IBERTUR, 2013

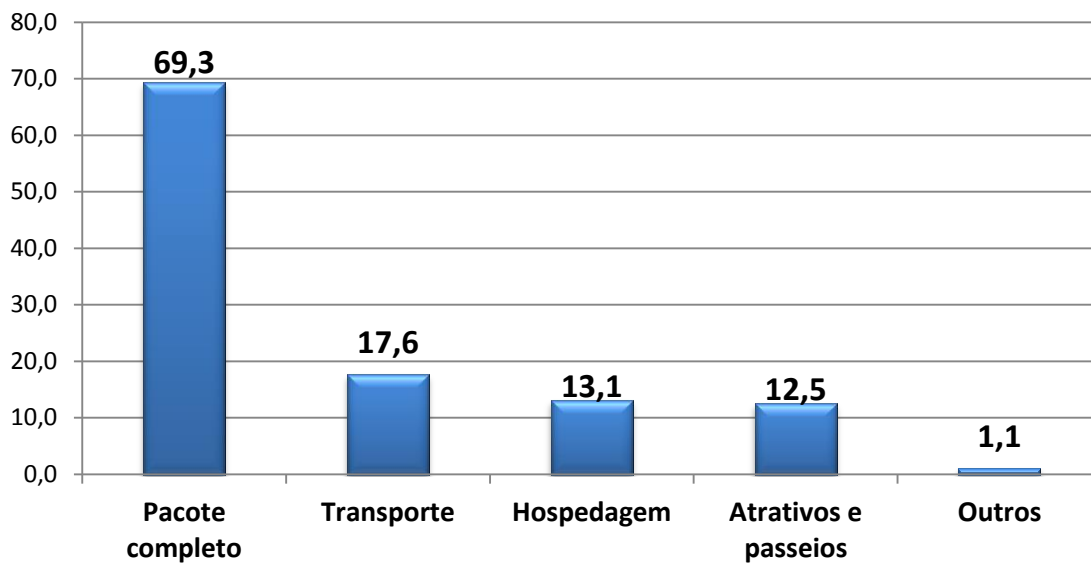
O período de duração total das viagens foi ligeiramente superior ao tempo total que os entrevistados permaneceram no Estado de Alagoas. Em média, os turistas que visitam o Baixo São Francisco permanecem **3,98 noites** em Alagoas, enquanto suas viagens têm duração total média **de 4,12 noites**. Grande parte dos turistas que visitam os cânions do São Francisco vêm de Aracaju-SE e não chegam a dormir no estado, o que justifica o fato de um percentual maior de turistas informar que não dorme em Alagoas.

Gráfico 23: Tipo de viagem, em Porcentagem (%).



Fonte: IBERTUR, 2013

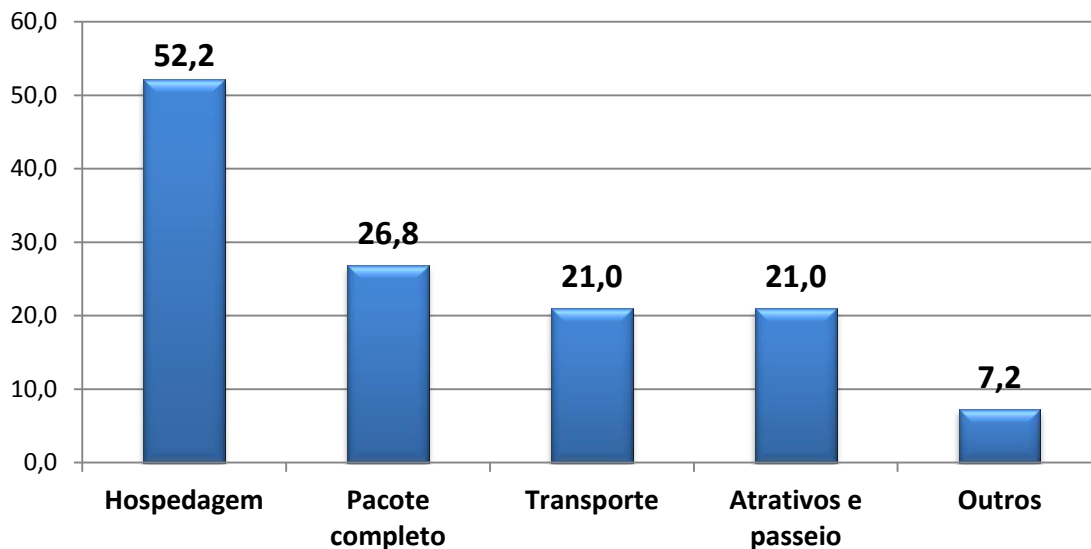
Gráfico 24: Tipos de serviços adquiridos em agências de viagem, em Porcentagem (%).



**Resposta múltipla. A soma das respostas será mais que 100%*

Fonte: IBERTUR, 2013

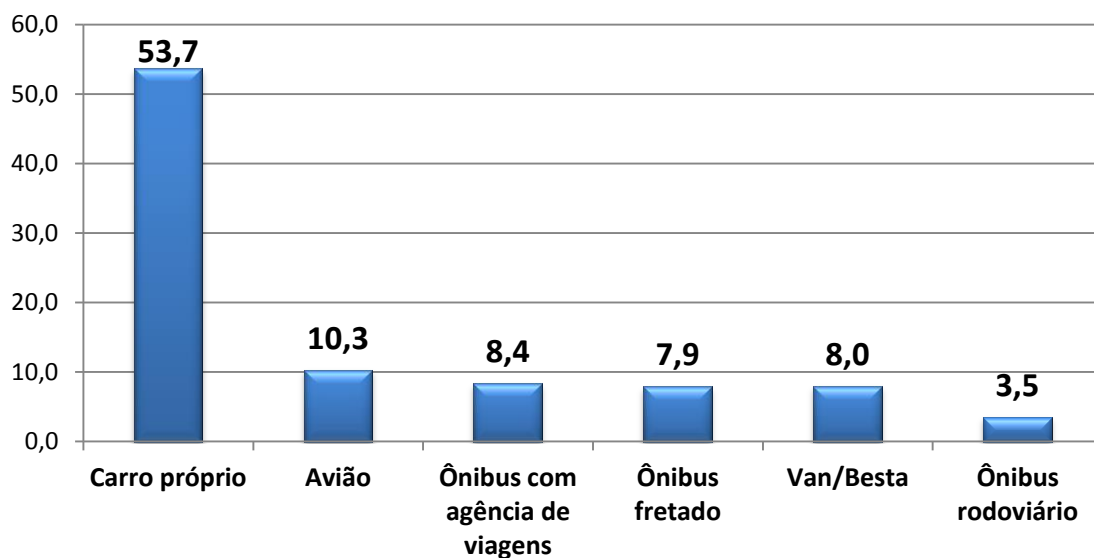
Gráfico 25: Tipos de serviços adquiridos na internet, em Porcentagem (%).



**Resposta múltipla. A soma das respostas será mais que 100%*

Fonte: IBERTUR, 2013

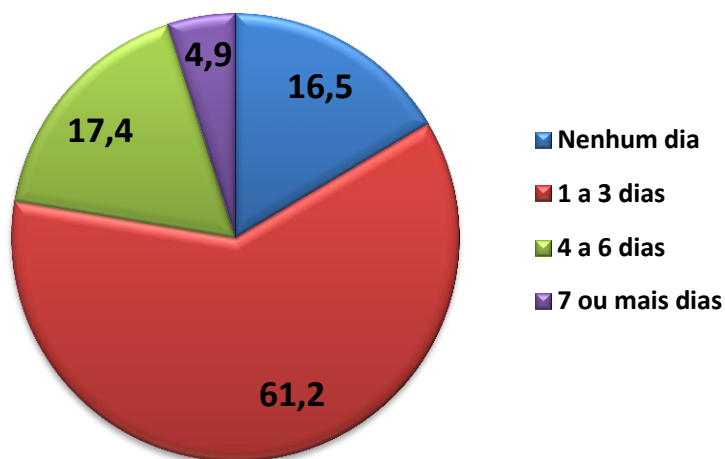
Gráfico 26: Meio de transporte utilizado para chegar a Alagoas, em Porcentagem (%).



**Resposta múltipla. A soma das respostas será mais que 100%*

Fonte: IBERTUR, 2013

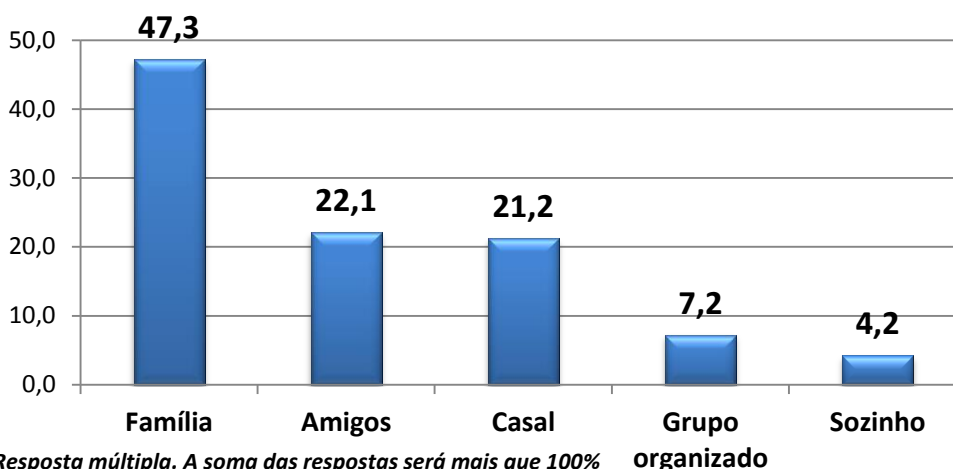
Gráfico 27: Tempo que pretende permanecer na cidade, em Porcentagem (%).



Fonte: IBERTUR, 2013

A maioria dos turistas que visitam o Baixo São Francisco pretendem permanecer entre 1 e 3 dias na cidade onde foram entrevistados. A média das respostas com relação ao tempo de permanência foi **2,78 dias**.

Gráfico 28: Tipo de grupo com quem está viajando, em Porcentagem (%).



Fonte: IBERTUR, 2013

Os entrevistados também foram questionados sobre o número de pessoas com quem estavam viajando. As pessoas que visitam a região viajam, em média, com **4,15 pessoas**. Os grupos com mais de 20 acompanhantes foram desconsiderados nesse cálculo.

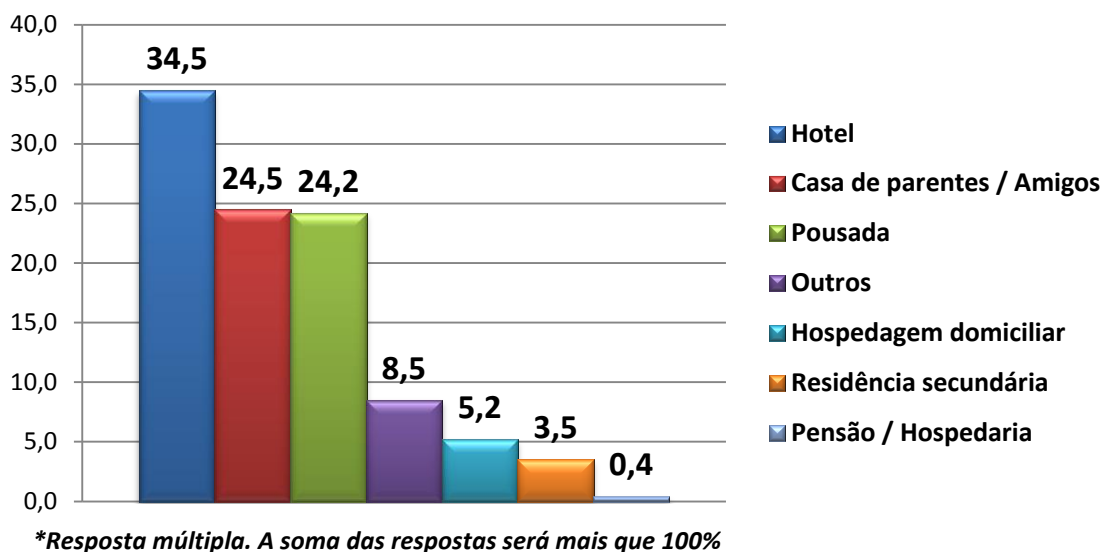
Tabela 03: Média de gastos individuais, por tipo de gasto, em R\$

Tipos de Gastos	Gasto individual Diário	Gasto individual por viagem
Transporte	R\$ 31,42	R\$ 160,86
Hospedagem	R\$ 49,07	R\$ 251,23
Atrativos e passeios	R\$ 24,41	R\$ 124,98
Alimentação	R\$ 18,02	R\$ 92,26
Compras	R\$ 13,87	R\$ 71,04
Reais que gastou ontem	R\$ 19,52	-
Orçamento total da viagem	R\$ 152,08	R\$ 778,65

Fonte: IBERTUR, 2013

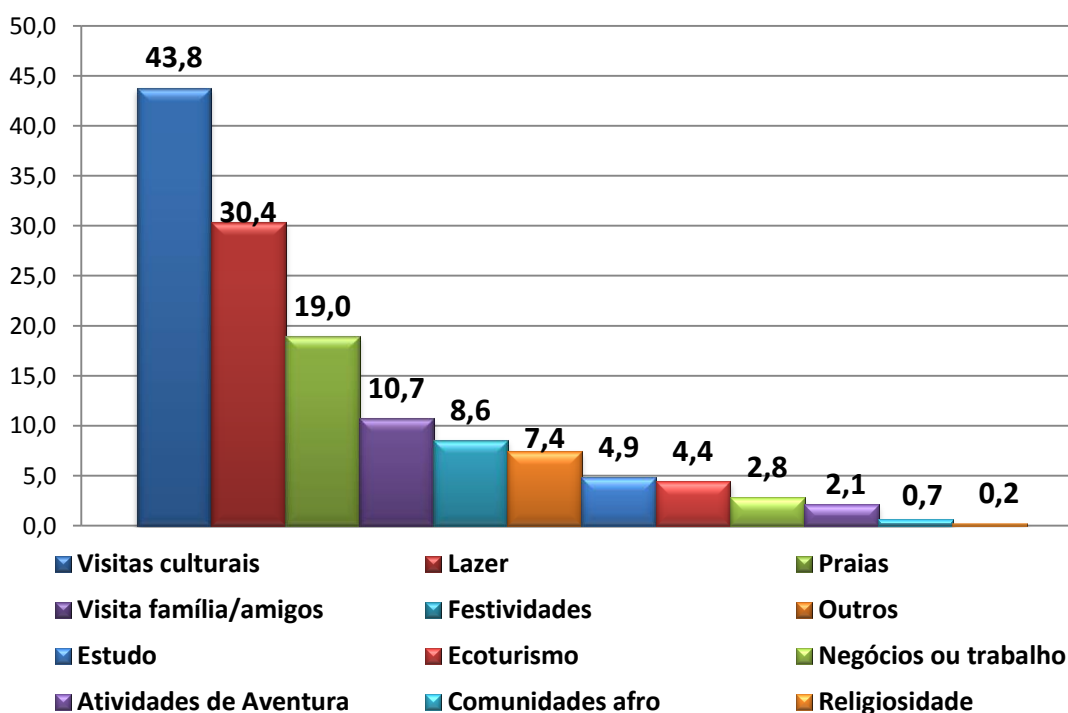
Durante a aplicação dos questionários foram levantados os gastos totais por categoria e por viagem. Foi perguntado também o número de pessoas incluídas nesses gastos, portanto para estabelecer o gasto individual, cada tipo de gasto foi dividido pelo número de pessoas e o resultado da **tabela 02** é a média desses valores. A duração média das viagens é de 4,12 noites, ou seja, 5,12 dias, portanto o gasto individual diário foi obtido a partir da divisão do valor individual total por 5,12 dias.

Gráfico 29: Tipo de hospedagem utilizada no Baixo São Francisco, em Porcentagem (%).



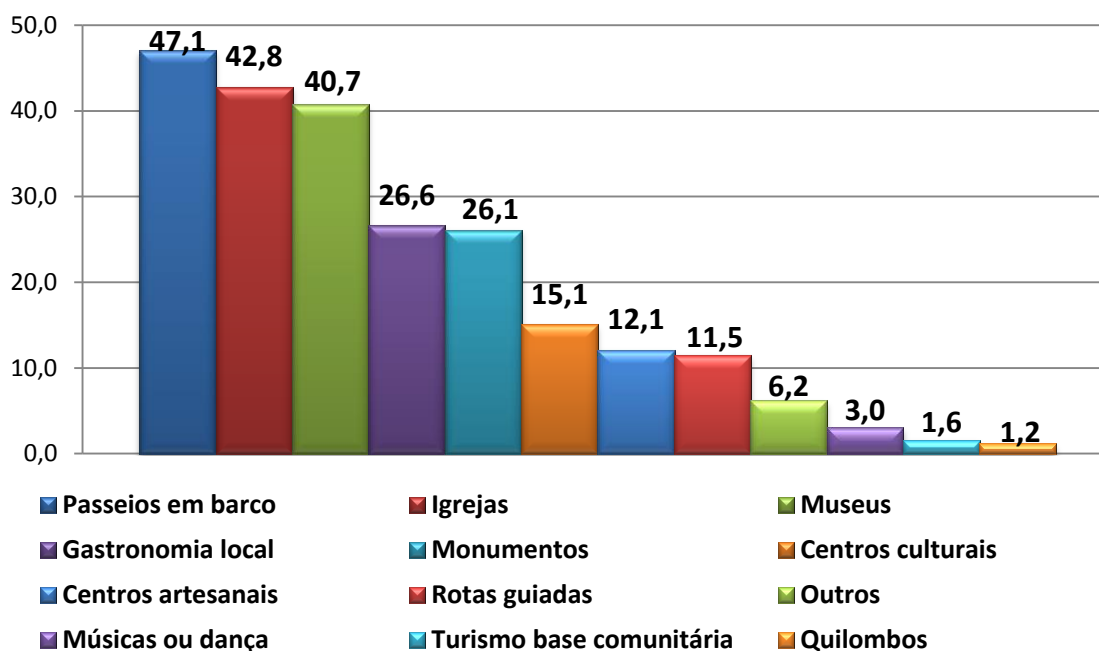
Fonte: IBERTUR, 2013

Gráfico 30: Motivo da viagem ao Baixo São Francisco, em Porcentagem (%).



Fonte: IBERTUR, 2013

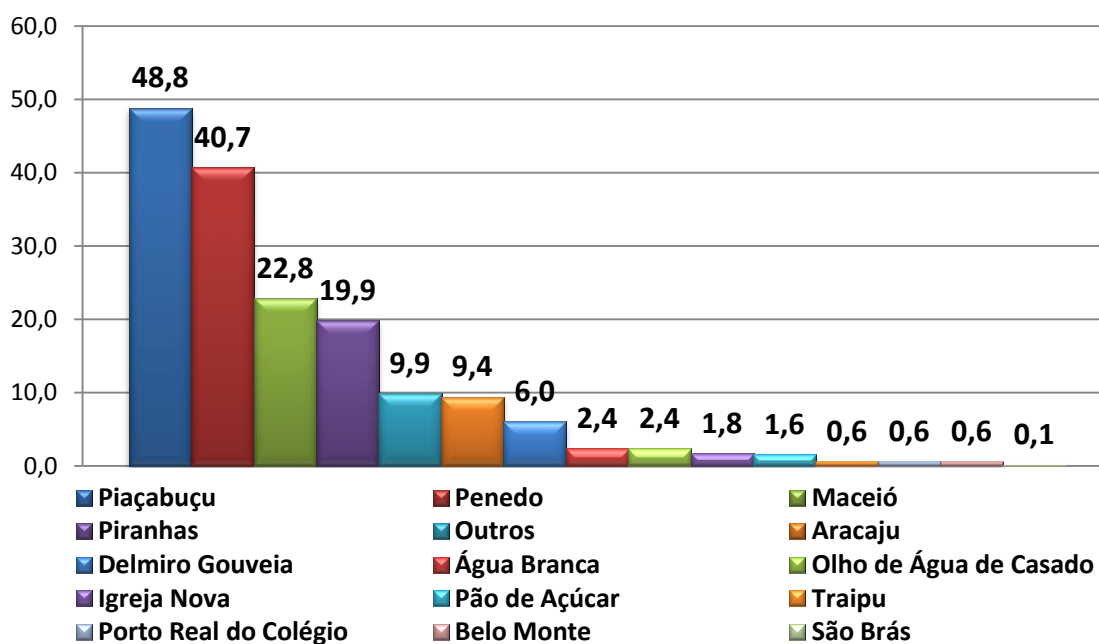
Gráfico 31: Tipos de atividades realizadas no Baixo São Francisco, em Porcentagem (%).



*Resposta múltipla. A soma das respostas será mais que 100%

Fonte: IBERTUR, 2013

Gráfico 32: Cidades que visitaram ou pretendem visitar, em Porcentagem (%).



Fonte: IBERTUR, 2013

Gráfico 33: Principais ícones turísticos (Belezas Naturais) do Baixo São Francisco, em Porcentagem (%).

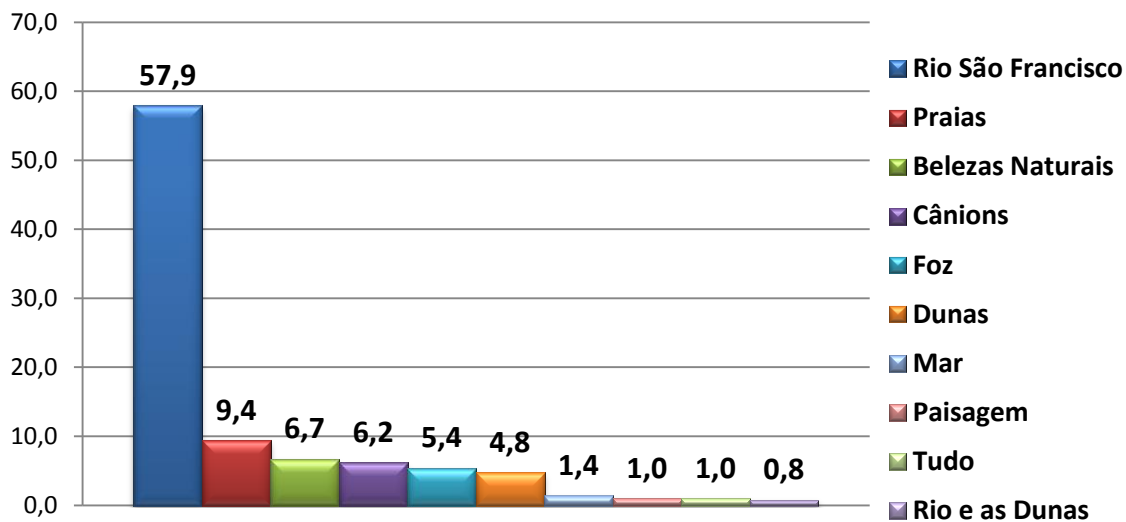


Gráfico demonstrativo das 10 respostas com mais ocorrências

Fonte: IBERTUR, 2013

Gráfico 34: Principais ícones turísticos (Sítios Patrimoniais) do Baixo São Francisco, em Porcentagem (%).

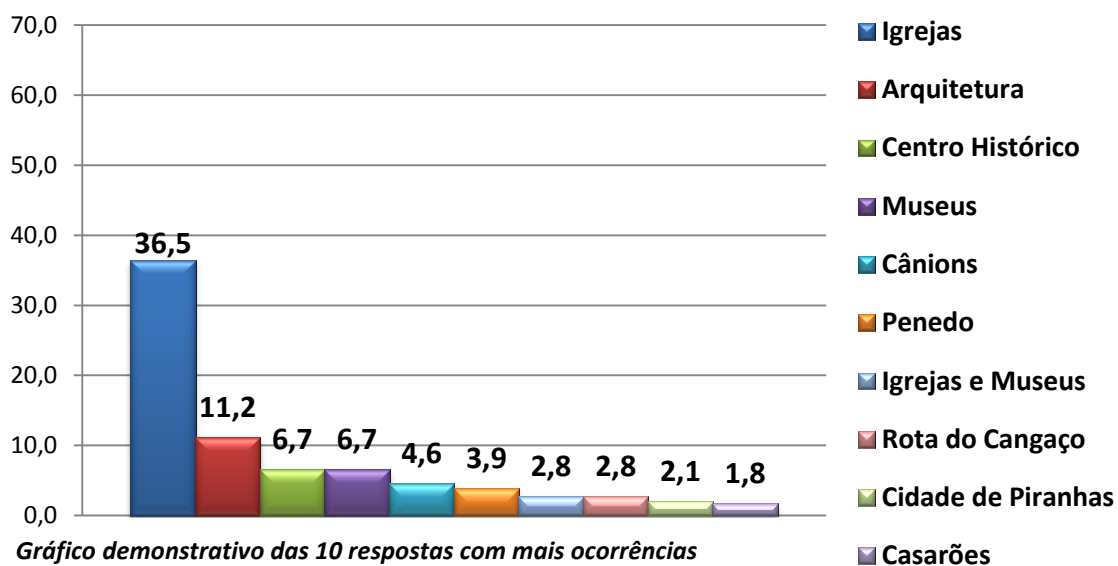


Gráfico demonstrativo das 10 respostas com mais ocorrências

Fonte: IBERTUR, 2013

Gráfico 35: Principais ícones turísticos (Artesanato) do Baixo São Francisco, em Porcentagem (%).

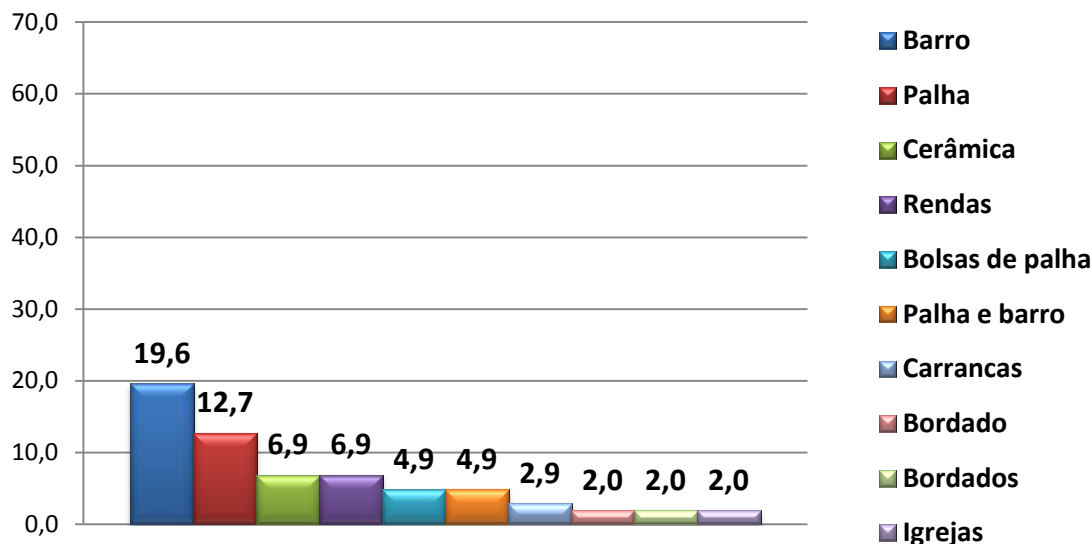


Gráfico demonstrativo das 10 respostas com mais ocorrências

Fonte: IBERTUR, 2013

Gráfico 36: Principais ícones turísticos (Cultura Local) do Baixo São Francisco, em Porcentagem (%).

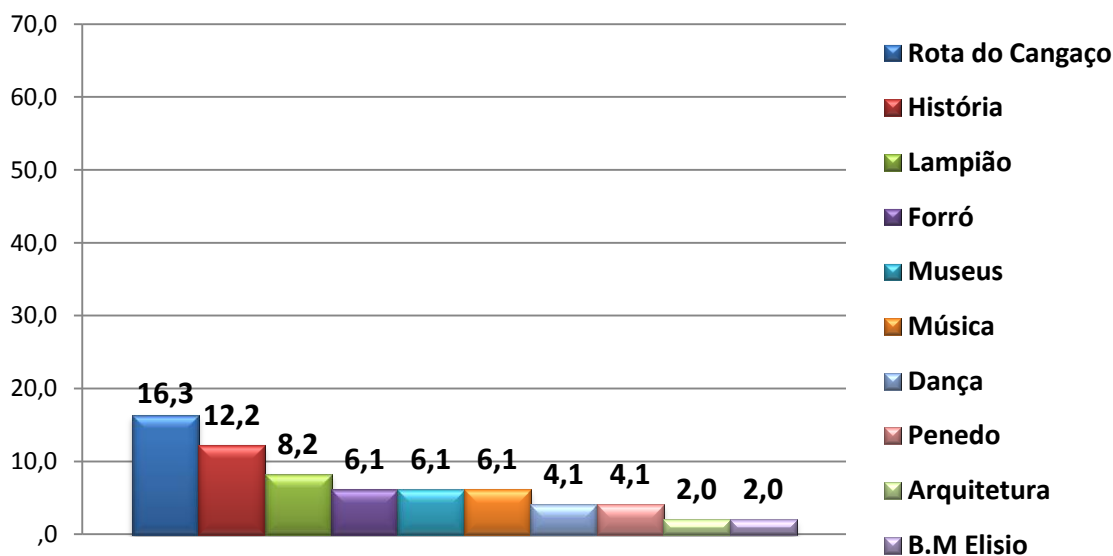
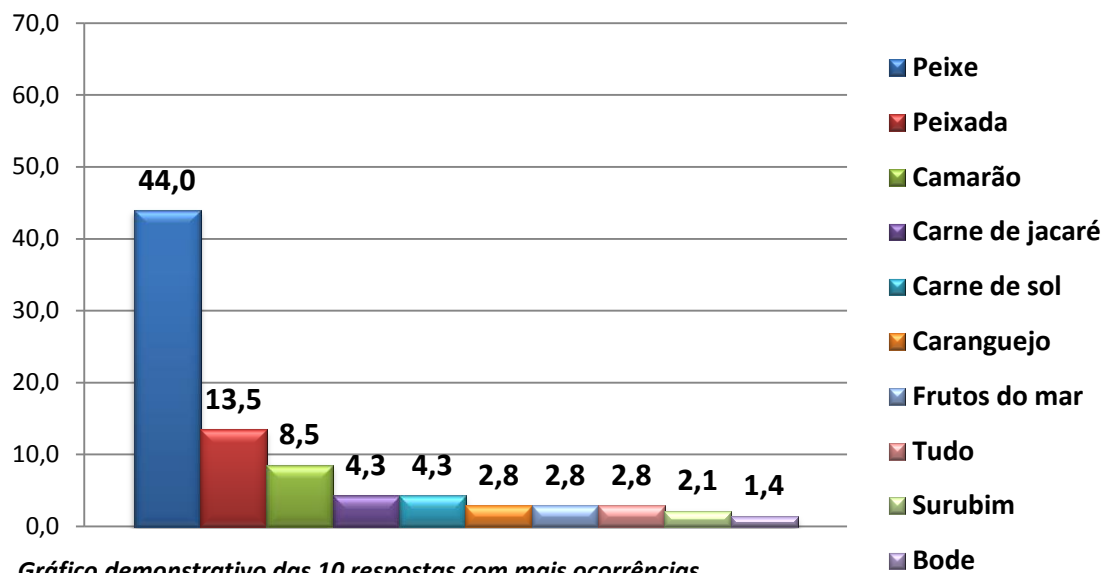


Gráfico demonstrativo das 10 respostas com mais ocorrências

Fonte: IBERTUR, 2013

Gráfico 37: Principais ícones turísticos (Gastronomia Sertaneja) do Baixo São Francisco, em Porcentagem (%).



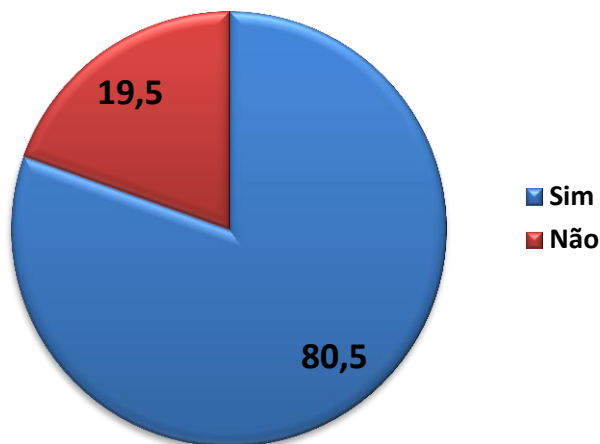
Fonte: IBERTUR, 2013

As belezas naturais, a gastronomia sertaneja e os sítios patrimoniais foram os aspectos que mais foram citados em relação aos ícones do Baixo São Francisco.

No caso das belezas naturais, o grande destaque é o próprio Rio São Francisco e entre os sítios patrimoniais as igrejas foram as mais lembradas. A gastronomia sertaneja está bastante associada aos peixes e frutos do mar. A carne de Jacaré também teve destaque por estar bastante difundida na cidade de Penedo.

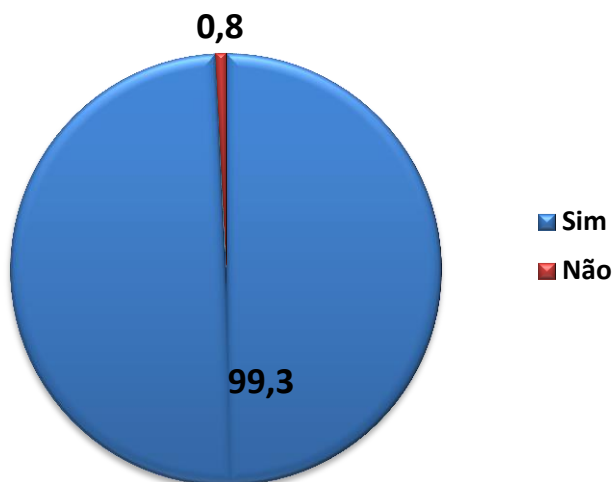
Os ícones associados à Cultura Local do Baixo São Francisco estão relacionados à história, cangaço e musicalidade. No caso do artesanato, há maior variedade e não há nenhum elemento que se destaque fortemente em relação a outro.

Gráfico 38: Porcentagem de entrevistados que associam Alagoas ou Sergipe ao Baixo São Francisco (%).



Fonte: IBERTUR, 2013

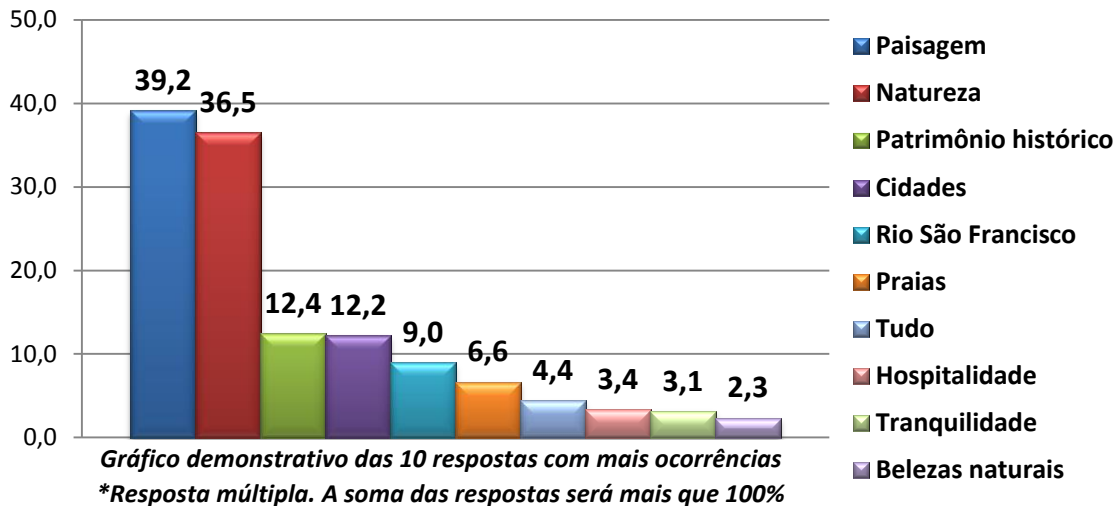
Gráfico 39: Porcentagem de entrevistados que recomendariam Alagoas como destino turístico (%).



Fonte: IBERTUR, 2013

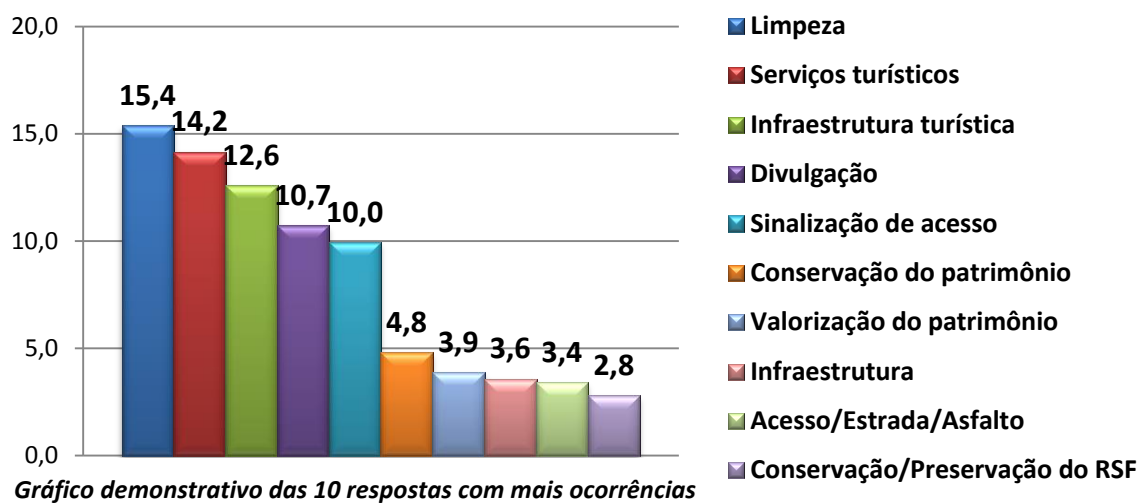
Quase a totalidade dos turistas que visitaram o Baixo São Francisco recomendariam o Estado de Alagoas como destino turístico, o que é um indicador extremamente importante para avaliar a satisfação desses turistas com o estado enquanto destino turístico.

Gráfico 40: Melhores elementos identificados pelos turistas que visitaram o Baixo São Francisco, em porcentagem de respostas (%)



Fonte: IBERTUR, 2013

Gráfico 41: Elementos que podem melhorar identificados pelos turistas que visitaram o Baixo São Francisco, em porcentagem de respostas (%)



Fonte: IBERTUR, 2013

A natureza e a paisagem foram os itens mais citados (39,2% e 36,5% respectivamente) como o melhor da região. Entre os itens que precisam ser melhorados, 15,4% dos entrevistados citaram a limpeza, enquanto outros 14,2% citaram os serviços turísticos. Ainda entre os pontos a serem melhorados, infraestrutura, divulgação e sinalização precisam ser trabalhados para aumentar a satisfação dos turistas que visitam a região.

Considerações Gerais: Perfil médio do Turista do Baixo São Francisco

Origem: Regional

Os turistas vêm principalmente dos estados de Alagoas, Sergipe, Pernambuco e Bahia.

Em **Piaçabuçu**, Paulistas e Cariocas são o 2º e 3º maior público respectivamente

Formação: Superior

Idade: Entre 15 e 45 anos

Não há diferenças substanciais no perfil da idade dos turistas entre os municípios. A maior parte dos entrevistados tem entre 15 e 45 anos

Motivação: Visitas Culturais e Lazer

As principais motivações das viagens são as Visitas Culturais e Lazer. Entre os diferentes municípios há pequenas variações onde o Lazer supera as visitas culturais enquanto motivação principal, mas as duas motivações são recorrentes em todo o território.

Permanência Média: Até 3 dias

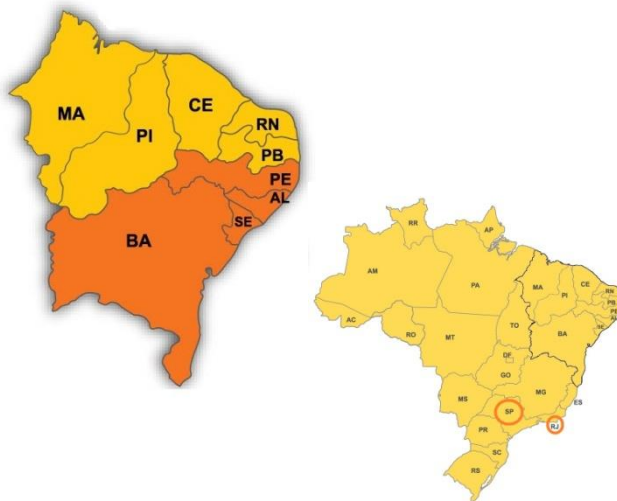
Tabela 04: Permanência média dos turistas do baixo São Francisco, por município

Penedo	Piranhas		Piaçabuçu
	Centro histórico	Restaurante Karrancas	
3,33 dias	2,12 dias	1,51 dias	2,6 dias

Fonte: IBERTUR, 2013

Em Piranhas, a permanência média do turista que visita o centro histórico é maior do que os que são entrevistados no restaurante karrancas (Ponto de embarque para o passeio dos Canyons). Muitos grupos que fazem o passeio nos Canyons não dormem no território. Vêm de Aracaju ou Maceió e retornam no mesmo dia.

Gasto médio individual diário: R\$ 152,08 Por pessoa/ por dia



Principais Conclusões: Pesquisa de Demanda Atual

A maior parte dos turistas que visita a região do Baixo São Francisco no estado de Alagoas é de origem regional, principalmente de Maceió (17%) e Aracaju (12,8%). Ao todo, 57,2% dos turistas têm residência em 8 municípios (Maceió, Aracaju, Arapiraca, Recife, Salvador, Penedo, Paulo Afonso e Palmeira dos Índios). O turista do estado de São Paulo representa 11,5% do fluxo total e apenas 1,1% dos turistas são estrangeiros.

As mulheres são a maioria (55,9% do total) e o perfil predominante é de casados, com formação superior e faixa etária entre 26 e 35 anos. A maior parte desses turistas visita o estado pela primeira vez e a principal fonte de informação são parentes e amigos.

A duração média das viagens é de 4,12 dias, permanecendo mais tempo no Estado de Alagoas (3,98 dias). Mais de 80% dos turistas que visitam a região organizam diretamente suas viagens, sem utilização de pacotes organizados ou outras formas de intermediação. A Internet é utilizada para compra de serviços turísticos por cerca de 18% dos entrevistados, sendo que a maior parte utiliza a ferramenta para compra de hospedagem. O carro próprio é o principal meio de transporte, o que comprova a origem regional da maior parte dos turistas.

O orçamento médio individual da viagem é de aproximadamente R\$ 779,00 em 5,12 dias. O gasto médio diário por pessoa é de R\$ 152,08, sendo a hospedagem o item que consome a maior parte desses gastos: em média, R\$ 251,23 para 4,12 noites, ou seja, cerca de R\$ 120,00 por noite em um quarto duplo.

Hotéis e pousadas abrigam cerca de 59% dos turistas e outros 24,5% ficam em casa de parentes e amigos. As principais motivações de viagem são Visitas Culturais, Lazer e Praias (43,8%, 30,4% e 19,0% respectivamente) e as atividades mais frequentes (respostas múltiplas obtêm soma superior a 100%) foram Passeios em barco, Visitas a Igrejas e Visitas a Museus (47,1%, 42,8% e 40,7% respectivamente). Outras atividades muito citadas foram Gastronomia Local e visita a Monumentos (26,6% e 26,1% respectivamente).

O Rio São Francisco é o principal ícone da região (Beleza Natural), citado por 57,9% e em segundo lugar aparece o peixe e a peixada (Gastronomia Local) com 57,5% somadas.

Apesar de terem sido registradas 730 sugestões de itens a melhorar, as citações dos pontos fortes (o melhor do Baixo São Francisco) chegaram a 1328, indicando a percepção positiva em relação ao turismo que a maioria das pessoas tem quando visita a região.



Referências Bibliográficas

- BLANKE, Jennifer; CHIESA, Thea. **The Travel and Tourism Competitiveness Report**. World Economic Forum. Genebra, 2011.
- GOELDNER, Charles R.; RITCHIE, J. R. BRENT; MCINTOSH, Robert W. **Turismo: princípios, práticas e filosofias**. 8. ed. Porto Alegre: Bookman, 2002.
- MINISTÉRIO DO TURISMO. **Plano Nacional de Turismo 2007/2010: uma viagem de inclusão**. Brasília, 2007. Disponível em <http://www.turismo.gov.br/turismo/o_ministerio/plano_nacional/index.html>. Acesso em 17 Fev. de 2013.
- MINISTÉRIO DO TURISMO/ FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS / SEBRAE . **Índice de Competitividade do Turismo Nacional – Relatório Brasil**. Brasília, 2010. Disponível em <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/export/sites/default/dadosefatos/outros_estudos/downloads_outrosetudos/Relatxrio_Brasil_2010.pdf> Acesso em 21 de Fev. 2013.
- MINISTÉRIO DO TURISMO. **Caracterização e Dimensionamento do Turismo Doméstico no Brasil 2010/2011**. Brasília, 2012. Disponível em <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/export/sites/default/dadosefatos/demanda_turistica/downloads_demanda/Demanda_domxstica_-_2012_-_Relatxrio_Executivo.pdf> Acesso em 20 de Fevereiro de 2013.
- SECRETARIA DE ESTADO DE TURISMO DE ALAGOAS. **Indicadores do Turismo em Alagoas: 2002 a 2011**. Maceió/AL, 2012.
- SECRETARIA DE ESTADO DE TURISMO DE ALAGOAS. **Censo Hoteleiro de Alagoas: Principais Resultados**. Maceió/AL, 2011.
- ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE TURISMO (OMT). **Panorama OMT del turismo internacional - Edición 2011**, Madri: 2011.
- ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE TURISMO (OMT). **Tourism Towards 2030: Global Overview**, 2011b.
- ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE TURISMO (OMT). **Panorama OMT del turismo internacional - Edición 2012**, Madri: 2012.



ANEXO I

Formulário de Pesquisa de Demanda Real

Questionário sobre Turismo no Baixo Rio São Francisco

Data: _____ **Localização:** _____

Orientação: as respostas devem ser circuladas. Em caso de erro durante a marcação da resposta, coloque um X na resposta errada e circule apenas o número da resposta correta.

- 1. Local onde reside** (Estado. País no caso dos estrangeiros): _____ **2. Sexo:** 1- Masculino 2- Feminino
3. Estado Civil: 1- Casado 2- Solteiro 4- Outros **4. Idade:** _____ **5. Nível de escolaridade** _____
6. Profissão: _____ **7. É a primeira vez que visita?** 1 - Sim 2 - Não. **7.1. Se não, esta é a minha viagem nº** _____

8. Fontes de informação utilizadas para preparar a viagem ao Baixo São Francisco

1- Família e amigos	4- Jornais e Revistas	7- Material Promocional	10- Outros
2- TV e Rádio	5- Websites	8- Blogs e Redes sociais (Orkut, Facebook, etc)	
3- Guias turísticos impressos	6- Agência de Viagem	9- Feiras	

9. Tempo de permanência em Alagoas: nº de noites: _____ **10. Duração total da sua viagem:** nº de noites: _____

11. Tipo de viagem: 1- Pacote organizado (Ag. de viagens) 2- Organização direta 3- Outros

12. Se é organizada quais os serviços adquiridos na Agência?

1- Pacote completo 2- Hospedagem 3- Transporte 4. Atrativos e passeios 5. Outros _____

13. Se usou internet, quais os serviços foram adquiridos por Internet?

1- Pacote completo 2- Hospedagem 3- Transporte 4. Atrativos e passeios 5. Outros _____

14. Qual o meio de transporte utilizado para chegar a Alagoas?

1-Ônibus fretado 2- Ônibus com ag. de viagem 3- taxi 4- carro próprio 5 – van/ besta 6- Outros: _____

15. Quanto tempo pretende permanecer na cidade? _____

16. Com quem está viajando? 1 -Sozinho 2 -Casal 3 -Família 4 -Amigos 5- Grupo organizado

16.1. Com quantas pessoas? _____ **17. Orçamento total da viagem:** R\$ _____ **18. Reais que gastou ontem:** R\$ _____

19. Qual o seu gasto total estimado nessa viagem em R\$ com:

19.a- Transporte _____	19.d- Alimentação _____
19.b- Hospedagem _____	19.e- Compras _____
19.c- Atrativos e passeios _____	19.f- Outros _____

19.1. Contando com você, quantas pessoas estão incluídas nestes gastos? _____

20. Tipo de meio de hospedagem utilizado no Baixo Rio São Francisco:

1- Hotel	3- Pensão/ Hospedaria	5- Residência secundária	7- Outros
2- Pousada	4- Casa de Parentes/ amigos	6- Hospedagem domiciliar	

21. Motivo da sua viagem ao Baixo São Francisco (Resposta Múltipla):

1- Praias	4- Visitas culturais	7- Festividades	10- Comunidades afro
2 – Atividades de Aventura	5- Negócios ou trabalho	8- Religiosidade	11- Estudo:
3- Visita família/amigos	6- Lazer	9- Ecoturismo	12- Outros:

22. Visitas/atividades realizadas. O que vai fazer no Baixo São Francisco(Resposta Múltipla):

1- Museus	4- Rotas guiadas	7- Centros culturais	10- Passeios em barco
2- Monumentos	5- Centros artesanais	8- Quilombos	11- Turismo base comunitária
3- Igrejas	6- Gastronomia local	9- Música o dança	12- Outros:

23. Nesta viagem, visitou ou pretende visitar alguma das seguintes cidades (RM):

1 -Piaçabuçu	4 -Pão de Açúcar	7 - Olho de Água de Casado	10 -São Bras	13 - Maceió
2 - Penedo	5 -Traipu	8 - Porto Real do Colégio	11 - Igreja Nova	14 – Aracajú
3 - Água Branca	6 - Piranhas	9 - Delmiro Gouveia	12 - Belo Monte	15 - Outros:

24. Quais são os principais ícones turísticos do Baixo Rio São Francisco?

24.a- Belezas naturais _____	24.d- Cultura Local _____
24.b- Sítios Patrimoniais _____	24.e- Gastronomia sertaneja _____
24.c- Artesanato _____	24.f- Outros _____

25. Você associa Alagoas ou Sergipe ao Baixo Rio São Francisco? 1 - Sim 2 – Não

26. Recomendaria o Baixo São Francisco como destinos turísticos? 1 - Sim 2 – Não

27. O melhor do Baixo São Francisco é:

28. O que pode melhorar no Baixo São Francisco é:

Se você tiver recomendações ou comentários para as autoridades competentes de turismo, escreva por trás deste formulário. OBRIGADO PELA SUA COOPERAÇÃO