



**PESQUISA DE  
DEMANDA TURÍSTICA**

**EXPOCONQUISTA**

**2006**

**Vitória da Conquista – Bahia  
2006**



Núcleo de Pesquisa e Extensão em Turismo



## SUMÁRIO

I – Apresentação .....	02
II – Metodologia .....	03
III – Equipe responsável .....	05
IV – Análise quantitativa e qualitativa do evento	
Resultado geral .....	07
Resultado – 2ª a 5ª feira .....	13
Resultado – 6ª feira a domingo .....	17
V – Gráficos – Resultado geral .....	22
VI - Tabelas	
Resultado geral .....	35
VII – Questionário utilizado .....	42

## I – APRESENTAÇÃO

A criação de uma base de dados gerenciais sobre o setor de turismo – com o objetivo de orientar as políticas públicas e subsidiar a tomada de decisão da iniciativa privada – se coloca entre os eixos estratégicos de ação do Instituto Brasileiro de Turismo – EMBRATUR e se integra aos macro programas definidos, como essenciais, para atingir as metas e os objetivos definidos pelo Plano Nacional de Turismo no período 2003-2007.

Assim, com a finalidade de obter informações sobre o perfil da demanda turística da EXPOCONQUISTA 2006, a Faculdade de Tecnologia e Ciências, através do Núcleo de Extensão e Pesquisa do Curso de Turismo, realizou esta pesquisa.

Tais pesquisas buscam identificar o perfil dos turistas, suas principais motivações e interesses, além de apontar as características de sua viagem, tais como, meio de hospedagem, gasto, permanência e sua percepção sobre a infra-estrutura urbana e turística de Vitória da Conquista.

A síntese dos resultados auferidos durante a pesquisa de 2006, está detalhada no presente relatório e se constitui em ferramenta de análise e orientação de autoridades, consultores, investidores e do público em geral.

Em suma, com este estudo busca-se criar e, posteriormente, atualizar uma base de dados sobre o perfil da demanda turística em Vitória da Conquista, oferecendo informações que contribuam para o melhor conhecimento do mercado turístico regional e para a melhoria de seus produtos e serviços.

## II – METODOLOGIA

O levantamento do perfil do turista foi realizado em 2006, observando-se procedimentos metodológicos recomendados pela Organização Mundial de Turismo – OMT, que permitirão a comparação de dados ano a ano.

Contudo, as variáveis incluídas na composição do perfil, ao longo dos anos, poderão passar por algumas alterações, visando a adequá-las às características do fluxo ou a obter maior clareza e precisão dos dados.

Entre as variáveis pesquisadas, temos;

### 1. Qualificação do turista:

- Sexo
- Idade
- Grau de instrução
- Profissão

### 2. Origem do turista:

- Cidade de origem
- Estado de origem

### 3. Meios de hospedagem utilizados

### 4. Pretensão de retornar ao evento no próximo ano

### 5. Indução da viagem

## 6. Avaliação da Exposição:

- Quanto aos atrativos
- Quanto à infra-estrutura

O modelo de amostragem utilizado foi o da amostra aleatória simples<sup>1</sup>. O cálculo para dimensionar o tamanho da amostra baseou-se em dados sobre fluxo de visitantes no ano anterior (2005).

O tamanho da amostra foi de 469 entrevistados. Para assegurar a representatividade e a confiabilidade adotou-se uma margem de erro relativa máxima de 5%.

A coleta de informações foi realizada em dias distintos, caracterizados como de maior fluxo – sexta, sábado e domingo, e menor fluxo – de segunda a quinta-feira -, com o intuito de garantir a representatividade dessa amostra no que diz respeito às variações qualitativas provocadas pela sazonalidade da demanda turística.

As entrevistas foram realizadas em horários alternados, dentro dos limites do Parque de Exposição no período de 26 de março a 02 de abril de 2006.

---

<sup>1</sup> Segundo esse método, cada elemento da população de turistas tem a mesma probabilidade de ser entrevistado e, portanto, de estar incluído na amostra, permitindo a realização de inferências representativas para o universo.



Núcleo de Pesquisa e Extensão em Turismo



### III - EQUIPE RESPONSÁVEL

#### **Coordenação do Curso de Turismo**

Marcus Vinícius da Costa Januário

#### **NÚCLEO DE PESQUISA E EXTENSÃO EM TURISMO**

Silvana Toledo de Oliveira

#### **Coordenação Geral da Pesquisa**

Marcus Vinícius da Costa Januário

Mailane Vinhas de Souza Bonfim

#### **Coordenação Operacional da Pesquisa**

Daniela Teixeira Nogueira Fernandes

Kátia Costa de Oliveira Rocha Casemiro

Mateus Santos Brito

#### **Estagiários responsáveis pela tabulação dos dados**

### **Estudantes / Entrevistadores**

Adaluce Duarte Oliveira  
Aliete Barbosa Lacerda Bezerra  
Carla Dias Lima  
Cecília Moreira Santiago  
Claudinar Brito  
Ellen Márcia Lopes Pereira  
Erik Barbosa Almeida  
Icaro Dias Cruz  
Jamille Alves da Silva  
Jussara Tavares Rocha  
Laisa Kelly Carvalho Alves  
Leila Gobira  
Linda Carter Nery  
Marcelo Ribeiro e Silva  
Marcio Oliveira Menezes  
Mariana Dutra Oliveira  
Maritza D. Ribeiro  
Márjory Braga Vieira  
Michelle F. Gusmão  
Narjara Kelly B. B. Farias  
Ravenna Leite  
Rosiane de Magalhães de Deus  
Saatia Cruz Amaral  
Sheyla de A. Santos  
Waldison Jose Tápias Junior

## IV - ANÁLISE QUANTITATIVA / RESULTADOS APURADOS

### RESULTADO GERAL

#### PERFIL DOS ENTREVISTADOS

Do total de 591 entrevistados durante os sete dias da Expoconquista, 43,15% são do sexo masculino e 56,85% do sexo feminino. Em relação à idade 42,13% têm entre 21 e 30 anos de idade. Quanto as respostas obtidas para a questão “grau de escolaridade” demonstram alto nível da Expoconquista: 89,18% das pessoas possuem nível médio ou curso superior. Em resposta à “ocupação principal”, obtemos 33,84% das pessoas respondendo “estudantes”, seguida de assalariado com 17,26% e “autônomo” 13,54%. Destaca-se, aqui a importância da cidade de Vitória da Conquista como pólo educacional na região, que se reflete nas respostas enquadradas no perfil dos entrevistados.

#### ORIGEM DOS ENTREVISTADOS

Do total de entrevistados 71,40% são de Vitória da Conquista. Foram citados 27 bairros na cidade: Recreio, São Vicente, Urbis I, Urbis II, Urbis IV, Urbis V, Urbis VI, Brasil, Centro, Candeias, Ibirapuera, Guarani, Alto Maron, Jardim Guanabara, Alvorada, Sumaré, Morada dos Pássaros, Jurema, Flamengo, Iracema, Cadija, Santa Cecília, Novo Horizonte, Petrópolis, Lagoa das Flores, Vila América.

O percentual de respostas “outras cidades” foi de 28,60%, sendo citadas 46 do Estado da Bahia (Itapetinga, Barra do Choça, Brumado, Salvador, Jequié, Anagé, Aracatu, Barreiras, Belo Campo, Encruzilhada, Feira de Santana, Ibitira, Mortugaba, Nazaré das Farinhas, Nova Canaã, Pindaí, Caetitê, Guanambi, Itambé, Poções, Mirante, Iguai, Piripá, Boa Nova, Buriqui, Cachoeira, Campo Novo, Canavieiras, Cândido Sales, Carlos Chagas, Condeúba, Cordeiros, Ilhéus, Itaberaba, Itabuna, Itiruçu, Itororó, Lage, Lauro de Freitas, Livramento, Macarani, Maetinga, Planaltina, Potiraguá, Rio de Contas, São Miguel das Matas, Senhor do Bonfim, Serra do Ramalho), e quatorze de outros Estados brasileiros (Almenara-

MG, Argentina-ARG, Belo Horizonte-MG, Curitiba-PR, Governador Valadares-MG, Manaus-AM, Ouro Preto-MG, Recife-PE, Rio de Janeiro-RJ, São Bernardo-SP, São Paulo-SP, Teófilo Otoni-MG, Vitória-ES).

### **SOBRE O TURISMO RURAL**

Do total de entrevistado 408, ou seja, 69,04% já ouviram falar em “turismo rural” sendo que 89,51% já visitou uma fazenda e 10,49% nunca ouviram falar do tema. Dos 10,49% que corresponde a sessenta e dois entrevistados, 85,48% gostariam de visitar uma fazenda.

Do total de 591 entrevistados, 54,48% gostaria de visitar uma fazenda para descansar, seguido de 25,55% gostaria de conhecer as atividades da fazenda e 16,58% de participar das atividades produtivas da fazenda. 43,82% dos entrevistados gostaria de encontrar numa fazenda um ambiente rural, conservando os aspectos típicos da fazenda, com 37,06% uma estrutura de lazer e 17,09% infra-estrutura de hospedagem.

### **MEIO DE TRANSPORTE UTILIZADO**

O meio de transporte mais utilizado pelos entrevistados foi o “automóvel” com 60,74% das respostas. O segundo mais utilizados foi o “ônibus” com 25,72%, seguido de “táxi” com 4,57%. Com resposta “outro” (8,97%) foram citados “a pé, moto e bicicleta”. A proximidade do Parque de Exposição do centro da cidade, aliado ao relevo plano do trajeto podem ter contribuído para que o caminho tenha sido feito “a pé” ou de “bicicleta”.

### **PARTICIPAÇÃO NA EXPOCONQUISTA**

Ao serem questionados sobre a primeira vez que participa da Expoconquista, 86,46% responderam que “não”, sendo que 13,54% responderam “sim”. Dos 86,46% que responderam “não”, 9,39% vieram por “duas vezes”, 26,81%

compareceram de “três a cinco vezes”, 28,38% responderam de “seis a dez” vezes e 35,42% participaram “mais de dez vezes”.

Dos 591 entrevistados 87,99% pretende voltar no próximo evento, 2,37% responderam que “não” e 9,64% “não responderam”.

### **COMO FICOU SABENDO DA EXPOCONQUISTA**

Nesta questão, diferente das demais, foram permitidas mais de uma resposta. Por tanto foram apuradas 591 citações em relação à fonte de informações sobre o evento. Isto porque, de maneira geral, as pessoas têm acesso a mais de um meio de comunicação.

Do total, 59,05% das pessoas ficaram sabendo do evento através da TV. Esse resultado demonstra claramente a força deste meio de comunicação entre os entrevistados. Em segundo lugar aparecem os “amigos” (20,81%) como fonte da informação seguido do rádio com 11,51% das respostas. Além da força da TV como veículo de comunicação de massa, deve-se levar em consideração o retorno das informações transmitidas através de “amigos”. Assim o próprio evento torna-se um meio de divulgação do próprio, pois, uma vez satisfeitos seus participantes, estes farão parte de uma divulgação popularmente conhecida como “boca-a-boca” ou “boca-orelha” como tratam alguns autores.

## **QUALIFICAÇÃO DO EVENTO**

A intenção ao se coletar informações sobre a qualificação visa dar uma visão mais generalizada, buscando aferir os demais dados obtidos e indicando caminhos para melhoria do próximo do evento.

## **ESTRUTURA DA EXPOCONQUISTA**

Do total de respostas obtidas, 54,48% opinaram como sendo “ótimo”, 30,12% como “bom”, 10,49% responderam “regular”, “ruim” com 2,88% e 2,03% “não responderam”.

## **EXPOSIÇÃO AGROPECUÁRIA**

Da mesma forma que houve grande aceitação quanto à infra-estrutura local a Exposição Agropecuária foi bem avaliada, 80,54% dos entrevistados consideraram como sendo “ótimo” ou “bom”.

## **FEIRA COMERCIAL, INDUSTRIAL E DE SERVIÇOS**

Em relação à Feira Comercial, 82,23% dos entrevistados avaliaram com “ótimo” ou “bom”. Esse nível de satisfação indica acerto na escolha da inclusão da Feira Comercial durante a Expoconquista.

## **ÁREAS DE ALIMENTAÇÃO**

Quanto às áreas de alimentação, o nível de satisfação é um pouco menor que os tópicos anteriores, mas se mantém elevado: 63,62% dos entrevistados consideraram como “ótimas” ou “boas”. Mas é importante ressaltar que 27,75% das pessoas consideraram como “regular”, percentual que deve ser considerado quando na escolha da empresas ou opções de alimentação para a próxima Expoconquista.

## **PARQUE DE DIVERSÃO**

O item “Parque de Diversão” foi avaliado por 81,56% dos entrevistados como sendo “ótimo” ou “bom”.

## **ÁREA DE SHOWS**

Quanto à “área de shows” foi o item que sofreu maior número de críticas com 38,07% dos entrevistados considerando como “ótimo” ou “bom”. Porém o percentual que avaliou como regular também foi significativo 25,38%.

## **SEGURANÇA**

A avaliação geral do item “segurança” foi positiva: 81,22% dos entrevistados a consideram como “ótima” ou “boa”. A tranquilidade em relação à segurança é de vital importância para o sucesso de qualquer evento.

## **LIMPEZA**

A “limpeza” durante o evento foi considerada positiva: 74,28% dos entrevistados a consideram como “ótima” ou “boa”. É importante analisar a questão da limpeza, principalmente relacionada aos banheiros público que foram instalados no Parque de Exposições. Normalmente é um item que deve merecer maior atenção, por se caracterizar como uma necessidade fisiológica das pessoas e não pode ser ignorada.

## **AVALIAÇÃO GERAL DA EXPOCONQUISTA 2006**

Dos 591 entrevistados 83,42% fizeram uma avaliação “ótima” ou “boa” do evento.



Núcleo de Pesquisa e Extensão em Turismo



## CRITICAS E SUGESTÕES:

- Arborização do parque;
- Diversificar produtos/ animais
- Incluir rodeios;
- Incluir stands com produtos cafeeiros
- Mais eventos;
- Melhorar a divulgação;
- Melhorar a segurança
- Melhoria da área de alimentação/ Infra-estrutura;
- Melhoria da infra-estrutura/área de alimentação
- Mudar a data do evento
- Oferecer produtos mais baratos
- Retirar a cobrança de ingressos;
- Segurança
- Ter mais atrações/shows.

## ENTREVISTAS REALIZADAS DE 2ª A 5ª FEIRA

### PERFIL DOS ENTREVISTADOS

Do total de 103 entrevistados durante os três dias da Expoconquista, 45,63% são do sexo masculino e 54,37% do sexo feminino. Em relação à idade 23,30% dos entrevistados têm entre 15 a 20 anos de idade, 37,86% tem entre 21 a 30 anos de idade, 22,33% tem entre 31 a 40 anos de idade e 16,50% tem acima de 41 anos de idade. Quanto às respostas obtidas para a questão “grau de escolaridade” 5,83% das pessoas possuem Ensino Fundamental, 54,37% Ensino Médio e 39,81% Ensino Superior. Em resposta à “ocupação principal”, obtivemos 39,81% das pessoas respondendo “estudantes”, em seguida de “autônomo” com 19,42%, “assalariado” 12,62%, “empresário” 9,71%, “fazendeiro” 3,88%, “desempregado” 1,94%, “funcionário público” 2,91% e “outro” 9,71%. Destaca-se aqui, a importância da cidade de Vitória da Conquista como pólo educacional na região, que se reflete nas respostas enquadradas no perfil dos entrevistados.

### ORIGEM DOS ENTREVISTADOS

Do total de entrevistados, 78,64% são de Vitória da Conquista. Foram citados 14 bairros na cidade: Recreio, São Vicente, Urbis II, Urbis V, Urbis I, Brasil, Centro, Candeias, Ibirapuera, Guarani, Patagônia, Lagoa das Flores, Alto Maron, Urbis VI.

O percentual de respostas “outras cidades” foi de 21,36%, sendo citadas 11 no estado da Bahia ( Livramento, Lauro de Freitas, Serra do Ramalho, Cândido Sales, Guanambi, São Miguel das Matas, Itabuna, Caetité, Salvador, Feira de Santana, Ilhéus) e 5 em outros estados brasileiros ( Rio de Janeiro/RJ, Paraná/CR, Vitória/ES, São Paulo/SP, Belo Horizonte/BH).

## **MEIO DE TRANSPORTE UTILIZADO**

O meio de transporte mais utilizado pelos entrevistados foi o “automóvel” com 70,87% das respostas. O segundo mais utilizado foi o “ônibus” com 16,50%, seguido de “Taxi” com 8,74%. Com resposta “outro” 3,88% foram citados “a pé, bicicleta e moto”. A proximidade do Parque de Exposições do centro da cidade, aliado ao relevo plano do trajeto podem Ter contribuído para que o caminho tenha sido feito “a pé” ou de “bicicleta”.

## **PARTICIPAÇÃO NA PRÓXIMA EXPOCONQUISTA**

Ao serem questionados sobre a possível participação na próxima Expoconquista, o percentual de respostas “sim” foi muito significativo: 92,23%. Este alto nível de respostas positivas podem indicar o nível de satisfação geral em relação ao evento deste ano. O percentual de respostas “não” foi de apenas 2,91%, “não sabe” 4,85%.

## **COMO FICOU SABENDO DA EXPOCONQUISTA**

Nesta questão, diferente das demais, foram permitidas mais de uma resposta. Portanto foram apuradas 103 citações em relação à fonte de informação sobre o evento. Isto porque, de maneira geral, as pessoas têm acesso a mais de um meio de comunicação.

Do total, de 66,02% as pessoas ficaram sabendo do evento através da TV. Esse resultado demonstra claramente a força deste meio de comunicação entre os entrevistados. Em segundo lugar, aparecem o “Rádio” 14,56% como fonte da informação, seguido dos “outdoors” 4,85%, “amigos” 11,65% e “outro” 2,91%. Além da força da TV como veículo de comunicação de massa, deve-se levar em consideração o retorno das informações transmitidas através de “rádio”. Assim, o próprio evento torna-se um meio de divulgação do próprio, pois, uma vez

satisfeitos seus participantes, estes farão parte da divulgação popularmente conhecida como “boca-a-boca” ou “boca-a-orelha” como tratam alguns autores.

### **QUALIFICAÇÃO DO EVENTO**

A intenção ao se coletar informações sobre a qualificação visa dar uma visão mais generalizada, buscando aferir os demais dados obtidos e indicando caminhos para a melhoria do próximo evento.

### **LOCAL DE REALIZAÇÃO**

Do total de respostas obtidas, 47,57% opinaram como sendo “ótimo” o local de realização da Expoconquista. Esse alto índice de resposta positiva demonstra que houve aceitação por parte da grande maioria dos entrevistados em relação ao Parque de Exposições como local para a Expoconquista. É importante ressaltar não houve nenhuma resposta “ruim”.

### **ÁREAS DE ALIMENTAÇÃO**

Quanto as áreas de alimentação, o nível de satisfação é pouco menor que os tópicos anteriores, mas se mantém elevado: 23,30% as consideram “ótimas”, 52,43% as consideram “boas”. Mas é importante ressaltar que 23,30% das pessoas as consideram “regular”, percentual que deve ser considerado quando na escolha das empresas ou opções de alimentação para a próxima Expoconquista.

### **ÁREA DOS SHOWS**

Quanto a área dos shows a maioria dos entrevistados 34,95% a considerou como “boa”, 14,56 “ótima”, 22,33% “regular”, “ruim” 0,97% e “não sabe/NR” 1,94%.

### **SEGURANÇA**

A avaliação geral do item “segurança” foi de 55,34% como “bom”, 25,24% “ótimo”, 18,45% “regular” e “ruim” 0,97%.



Núcleo de Pesquisa e Extensão em Turismo



## **LIMPEZA**

A limpeza durante a Expoconquista foi: 54,37% “boa”, 30,10% “ótima”, 13,59% “regular” e 1,94% “ruim”. É importante analisar a questão da limpeza, principalmente relacionada aos banheiros públicos que foram instalados no Parque de Exposição. Normalmente é um item que deve merecer maior atenção, por se caracterizar como uma necessidade fisiológica das pessoas e que não pode ser ignorada.

## ENTREVISTAS REALIZADAS DE 6ª A DOMINGO

### PERFIL DOS ENTREVISTADOS

Do total de 488 entrevistados durante os três dias da Expoconquista, 42,62% são do sexo masculino e 57,38% do sexo feminino. Em relação à idade 43,03% têm entre 21 e 30 anos de idade. Quanto as respostas obtidas para a questão “grau de escolaridade” demonstram alto nível da Expoconquista: 88,11% das pessoas possuem nível médio ou curso superior. Em resposta à “ocupação principal”, obtemos 32,58% das pessoas respondendo “estudantes”, seguida de assalariado com 18,24% e “autônomo” 12,30%. Destaca-se, aqui a importância da cidade de Vitória da Conquista como pólo educacional na região, que se reflete nas respostas enquadradas no perfil dos entrevistados.

### ORIGEM DOS ENTREVISTADOS

Do total de entrevistados 69,88% são de Vitória da Conquista. Foram citados 25 bairros na cidade: Recreio, São Vicente, Urbis I, Urbis II, Urbis IV, Urbis V, Brasil, Centro, Candeias, Ibirapuera, Guarani, Alto Maron, Jardim Guanabara, Alvorada, Sumaré, Morada dos Pássaros, Jurema, Flamengo, Iracema, Cadija, Santa Cecília, Novo Horizonte, Petrópolis, Vila América.

O percentual de respostas “outras cidades” foi de 30,12%, sendo citadas 46 do Estado da Bahia (Itapetinga, Barra do Choça, Brumado, Salvador, Jequié, Anagé, Aracatu, Barreiras, Belo Campo, Encruzilhada, Feira de Santana, Ibitira, Mortugaba, Nazaré das Farinhas, Nova Canaã, Pindaí, Caetité, Guanambi, Itambé, Poções, Mirante, Iguai, Piripá, Boa Nova, Buriqui, Cachoeira, Campo Novo, Canavieiras, Cândido do Sales, Carlos Chagas, Condeúba, Cordeiros, Ilhéus, Itaberaba, Itabuna, Itiruçu, Itororó, Lage, Lauro de Freitas, Livramento, Macarani, Maetinga, Planaltina, Potiraguá, Rio de Contas, São Miguel das Matas, Senhor do Bonfim, Serra do Ramalho), e nove de outros Estados brasileiros

(Almenara-MG, Argentina-ARG, Divisópolis-MG, Governador Valadares-MG, Manaus-AM, Ouro Preto-MG, Recife-PE, São Paulo-SP, Teófilo Otoni-MG).

### **SOBRE TURISMO RURAL**

Do total de entrevistado 488, ou seja, 70,08% já ouviram falar em “turismo rural” sendo que 87,70% já visitou uma fazenda e 12,30% nunca ouviram falar do tema. Dos 12,30% que corresponde a sessenta e dois entrevistados, 85,00% gostariam de visitar uma fazenda.

Do total de 488 entrevistados, 55,94% gostaria de visitar uma fazenda para descansar, seguido de 23,98% gostaria de conhecer as atividades da fazenda e 16,39% de participar das atividades produtivas da fazenda. 43,65% dos entrevistados gostaria de encontrar numa fazenda um ambiente rural, conservando os aspectos típicos da fazenda, com 35,04% uma estrutura de lazer e 19,06% infra-estrutura de hospedagem.

### **MEIO DE TRANSPORTE UTILIZADOS**

O meio de transporte mais utilizado pelos entrevistados foi o “automóvel” com 58,61% das respostas. O segundo mais utilizados foi o “ônibus” com 27,66%, seguido de “táxi” com 3,69%. Com resposta “outro” (10,04%) foram citados “a pé, moto e bicicleta”. A proximidade do Parque de Exposição do centro da cidade, aliado ao relevo plano do trajeto podem ter contribuído para que o caminho tenha sido feito “a pé” ou de “bicicleta”.

### **PARTICIPAÇÃO NA EXPOCONQUISTA**

Ao serem questionados sobre a primeira vez que participa da Expoconquista, 85,86% responderam que “não”, sendo que 14,14% responderam “sim”. Dos 85,86% que responderam “não”, 9,55% vieram por “duas vezes”, 28,16% compareceram de “três a cinco vezes”, 26,73% responderam de “seis a dez” vezes e 35,56% participaram “mais de dez vezes”.

Dos 488 entrevistados 87,09% pretende voltar no próximo evento, 2,24% responderam que “não” e 10,66% “não responderam”.

### **COMO FICOU SABENDO DA EXPOCONQUISTA**

Nesta questão, diferente das demais, foram permitidas mais de uma resposta. Por tanto foram apuradas 488 citações em relação à fonte de informações sobre o evento. Isto porque, de maneira geral, as pessoas têm acesso a mais de um meio de comunicação.

Do total, 57,58% das pessoas ficaram sabendo do evento através da TV. Esse resultado demonstra claramente a força deste meio de comunicação entre os entrevistados. Em segundo lugar aparecem os “amigos” (22,75%) como fonte da informação seguido do rádio com 10,86% das respostas. Além da força da TV como veículo de comunicação de massa, deve-se levar em consideração o retorno das informações transmitidas através de “amigos”. Assim o próprio evento torna-se um meio de divulgação do próprio, pois, uma vez satisfeitos seus participantes, estes farão parte de uma divulgação popularmente conhecida como “boca-a-boca” ou “boca-orelha” como tratam alguns autores.

### **QUALIFICAÇÃO DO EVENTO**

A intenção ao se coletar informações sobre a qualificação visa dar uma visão mais generalizada, buscando aferir os demais dados obtidos e indicando caminhos para melhoria do próximo do evento.

## **ESTRUTURA DA EXPOCONQUISTA**

Do total de respostas obtidas, 55,94% opinaram como sendo “ótimo”, 26,64% como “bom”, 11,48% responderam “regular”, “ruim” com 3,48% e 2,46% “não responderam”.

## **EXPOSIÇÃO AGROPECUÁRIA**

Da mesma forma que houve grande aceitação quanto à infra-estrutura local a Exposição Agropecuária foi bem avaliada, 78,48% dos entrevistados consideraram como sendo “ótimo” ou “bom”.

## **FEIRA COMERCIAL INDUSTRIAL E DE SERVIÇOS**

Em relação a Feira Comercial, 81,55% dos entrevistados avaliaram com “ótimo” ou “bom”. Esse nível de satisfação indica acerto na escolha da inclusão da Feira Comercial durante a Expoconquista.

## **ÁREAS DE ALIMENTAÇÃO**

Quanto às áreas de alimentação, o nível de satisfação é um pouco menor que os tópicos anteriores, mas se mantém elevado: 61,07% dos entrevistados consideraram como “ótimas” ou “boas”. Mas é importante ressaltar que 28,69% das pessoas consideraram como “regular”, percentual que deve ser considerado quando na escolha das empresas ou opções de alimentação para a próxima Expoconquista.

## **PARQUE DE DIVERSÃO**

O item “Parque de Diversão” foi avaliado por 82,99% dos entrevistados como sendo “ótimo” ou “bom”.

## **ÁREA DE SHOWS**

Quanto à “área de shows” foi o item que sofreu maior número de críticas com 35,65% dos entrevistados considerando como “ótimo” ou “bom”. Porém o percentual que avaliou como regular também foi significativo 24,80%.

## **SEGURANÇA**

A avaliação geral do item “segurança” foi positiva: 81,35% dos entrevistados a consideram como “ótima” ou “boa”. A tranquilidade em relação à segurança é de vital importância para o sucesso de qualquer evento.

## **LIMPEZA**

A “limpeza” durante o evento foi considerada positiva: 72,13% dos entrevistados a consideram como “ótima” ou “boa”. É importante analisar a questão da limpeza, principalmente relacionada aos banheiros público que foram instalados no Parque de Exposições. Normalmente é um item que deve merecer maior atenção, por se caracterizar como uma necessidade fisiológica das pessoas e não pode ser ignorada.

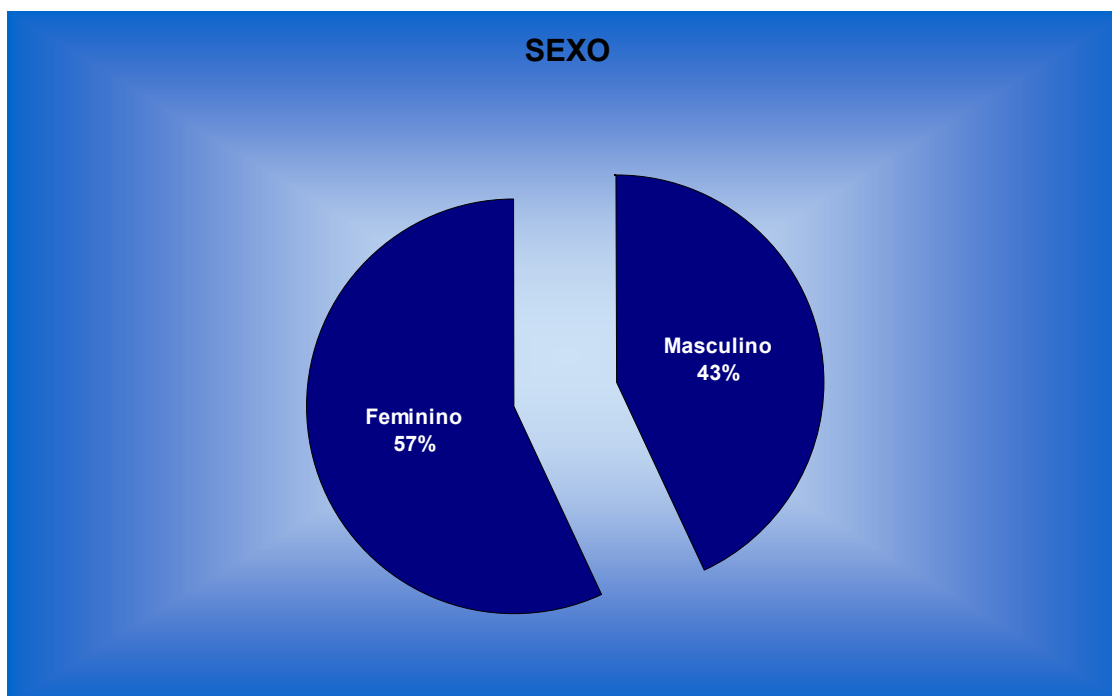
## **AValiação GERAL DA EXPOCONQUISTA 2006**

Dos 488 entrevistados 82,38% fizeram uma avaliação “ótima” ou “boa” do evento.

## V – GRÁFICOS

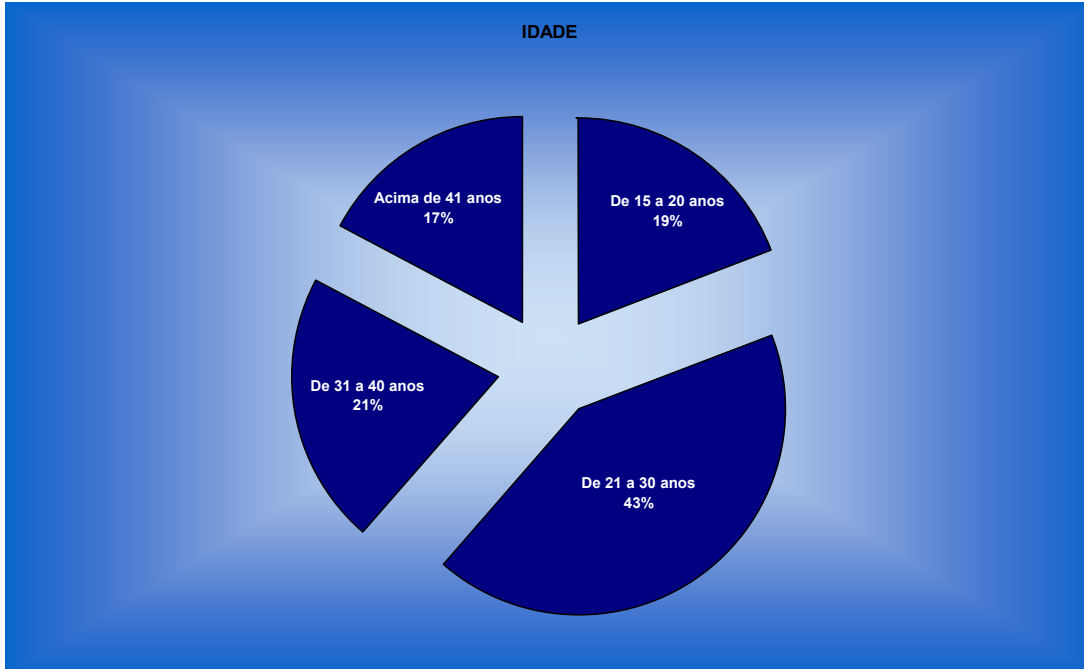
### RESULTADO GERAL – TODO O PERÍODO DA EXPOSIÇÃO

#### QUESTÃO 01



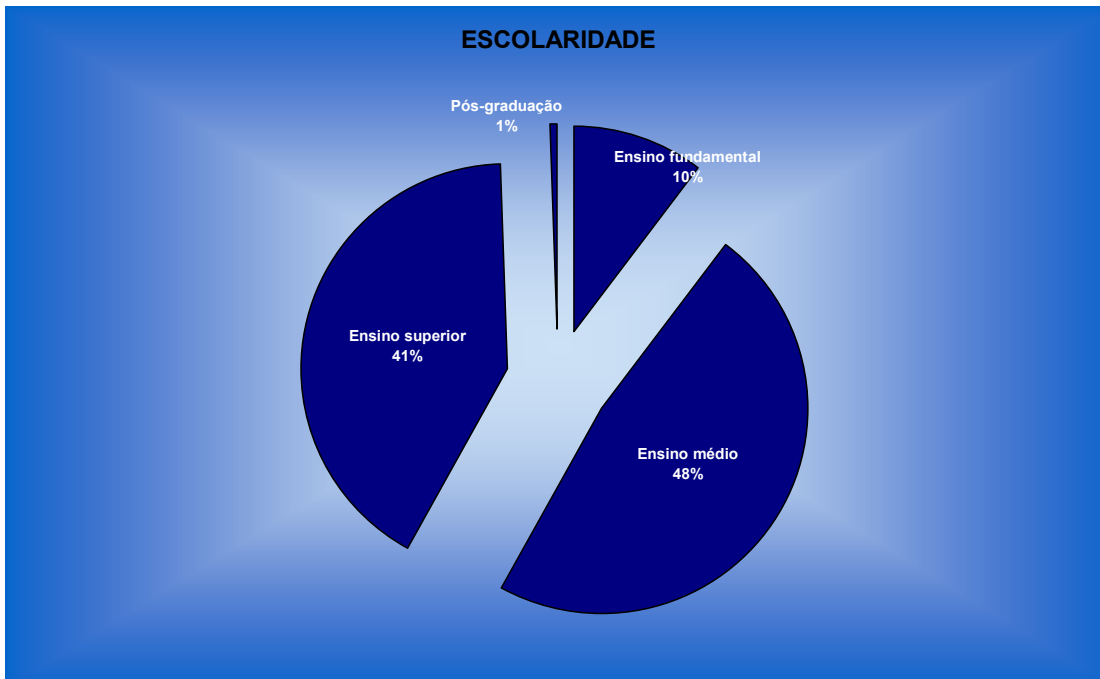
Fonte: Pesquisa de Demanda Turística Expoconquista 2006. Núcleo de Pesquisa e Extensão em Turismo – FTC – Vitória da Conquista / BA.

### QUESTÃO 02



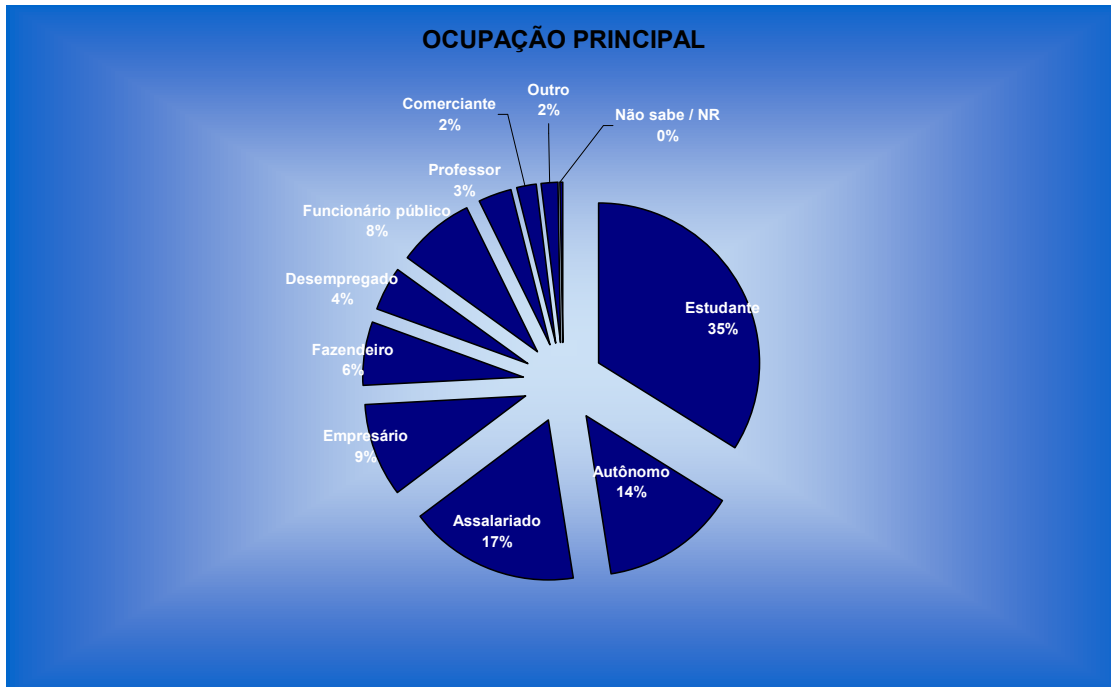
Fonte: Pesquisa de Demanda Turística Expoconquista 2006. Núcleo de Pesquisa e Extensão em Turismo – FTC – Vitória da Conquista / BA.

### QUESTÃO 03



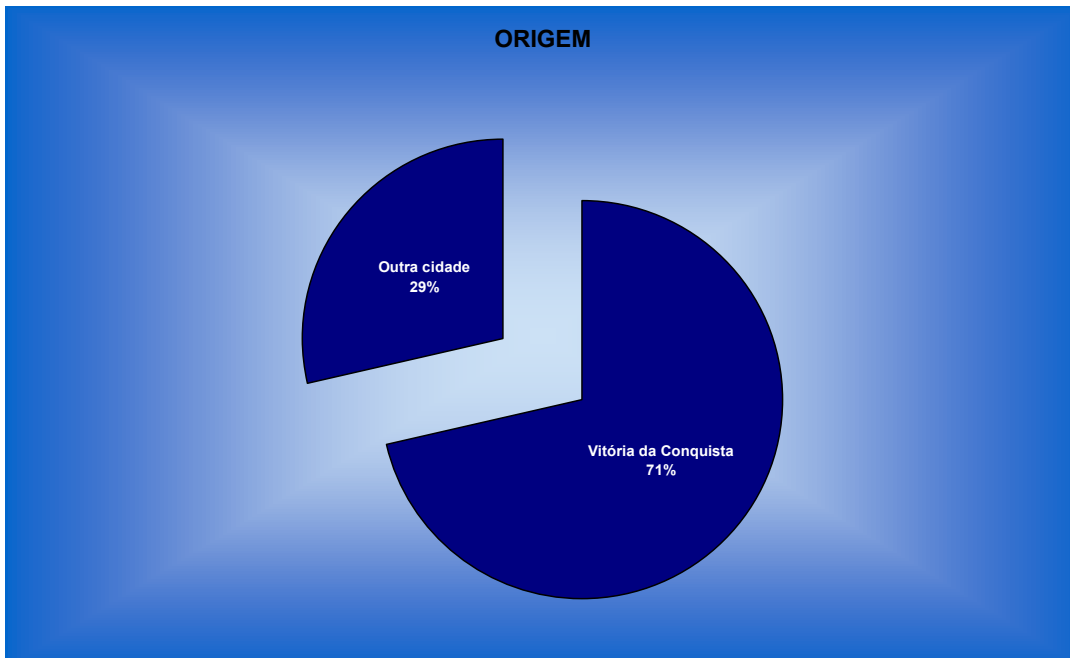
Fonte: Pesquisa de Demanda Turística Expoconquista 2006. Núcleo de Pesquisa e Extensão em Turismo – FTC – Vitória da Conquista / BA.

**QUESTÃO 04**



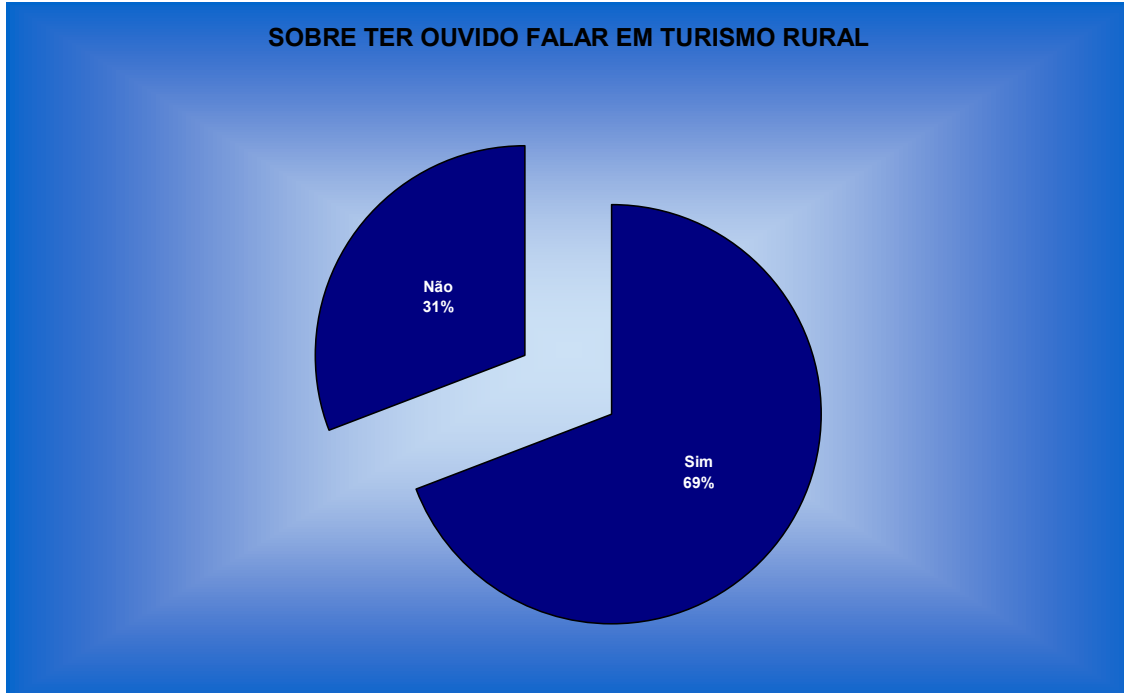
Fonte: Pesquisa de Demanda Turística Expoconquista 2006. Núcleo de Pesquisa e Extensão em Turismo – FTC – Vitória da Conquista / BA.

**QUESTÃO 05**



Fonte: Pesquisa de Demanda Turística Expoconquista 2006. Núcleo de Pesquisa e Extensão em Turismo – FTC – Vitória da Conquista / BA.

**QUESTÃO 06**



Fonte: Pesquisa de Demanda Turística Expoconquista 2006. Núcleo de Pesquisa e Extensão em Turismo – FTC – Vitória da Conquista / BA.

**QUESTÃO 07**



Fonte: Pesquisa de Demanda Turística Expoconquista 2006. Núcleo de Pesquisa e Extensão em Turismo – FTC – Vitória da Conquista / BA.

**QUESTÃO 08**



Fonte: Pesquisa de Demanda Turística Expoconquista 2006. Núcleo de Pesquisa e Extensão em Turismo – FTC – Vitória da Conquista / BA.

**QUESTÃO 09**



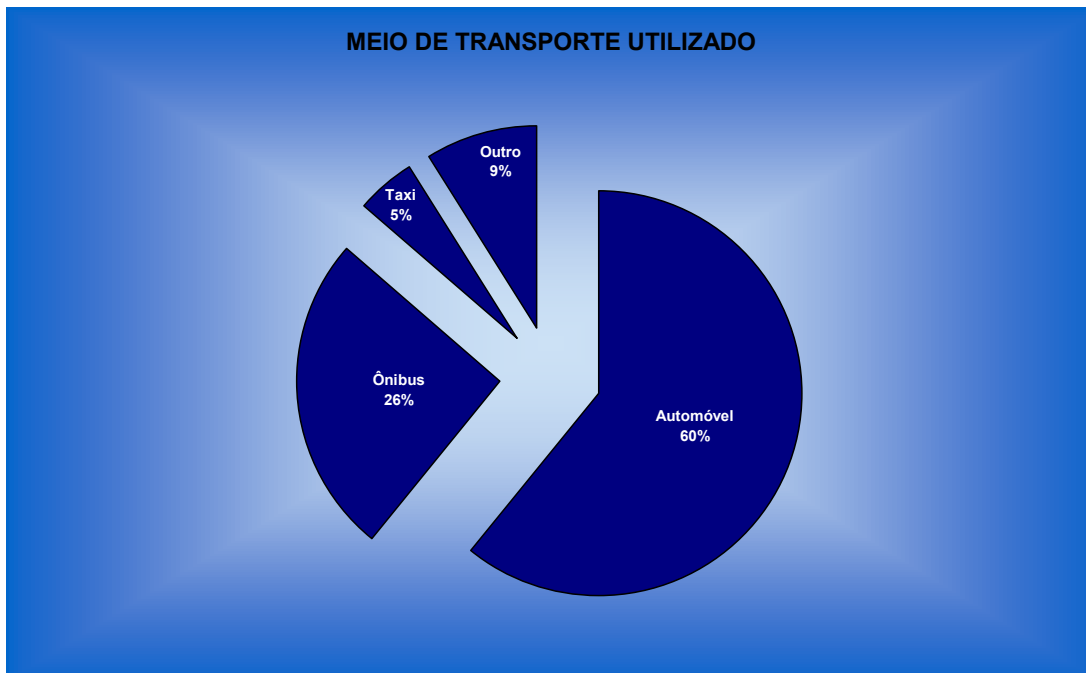
Fonte: Pesquisa de Demanda Turística Expoconquista 2006. Núcleo de Pesquisa e Extensão em Turismo – FTC – Vitória da Conquista / BA.

**QUESTÃO 10**



Fonte: Pesquisa de Demanda Turística Expoconquista 2006. Núcleo de Pesquisa e Extensão em Turismo – FTC – Vitória da Conquista / BA.

**QUESTÃO 11**

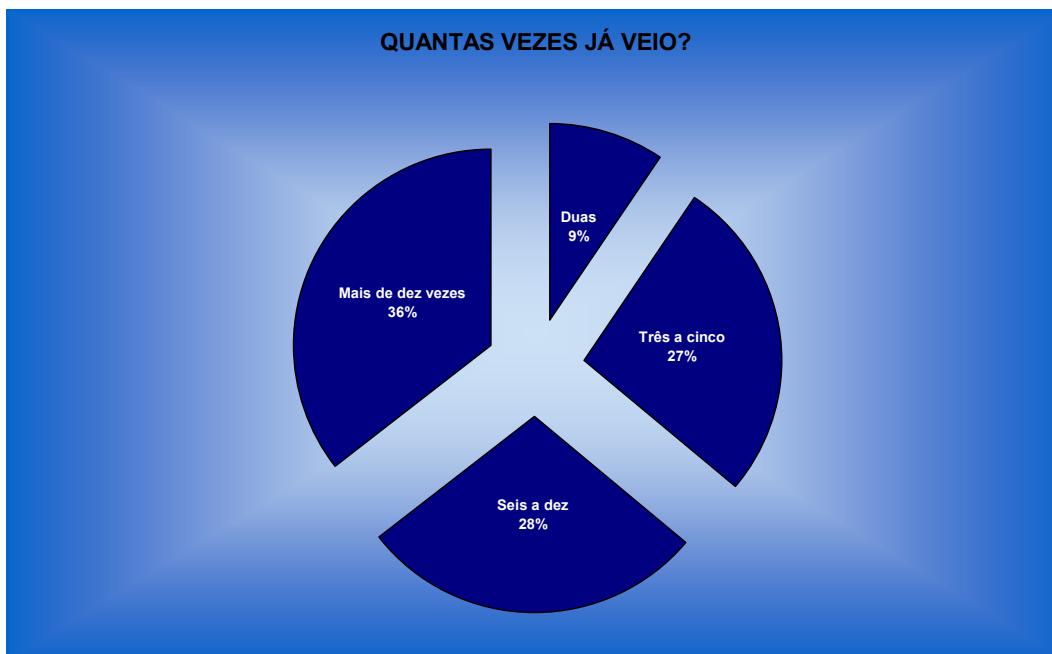


Fonte: Pesquisa de Demanda Turística Expoconquista 2006. Núcleo de Pesquisa e Extensão em Turismo – FTC – Vitória da Conquista / BA.

**QUESTÃO 12**



Fonte: Pesquisa de Demanda Turística Expoconquista 2006. Núcleo de Pesquisa e Extensão em Turismo – FTC – Vitória da Conquista / BA.



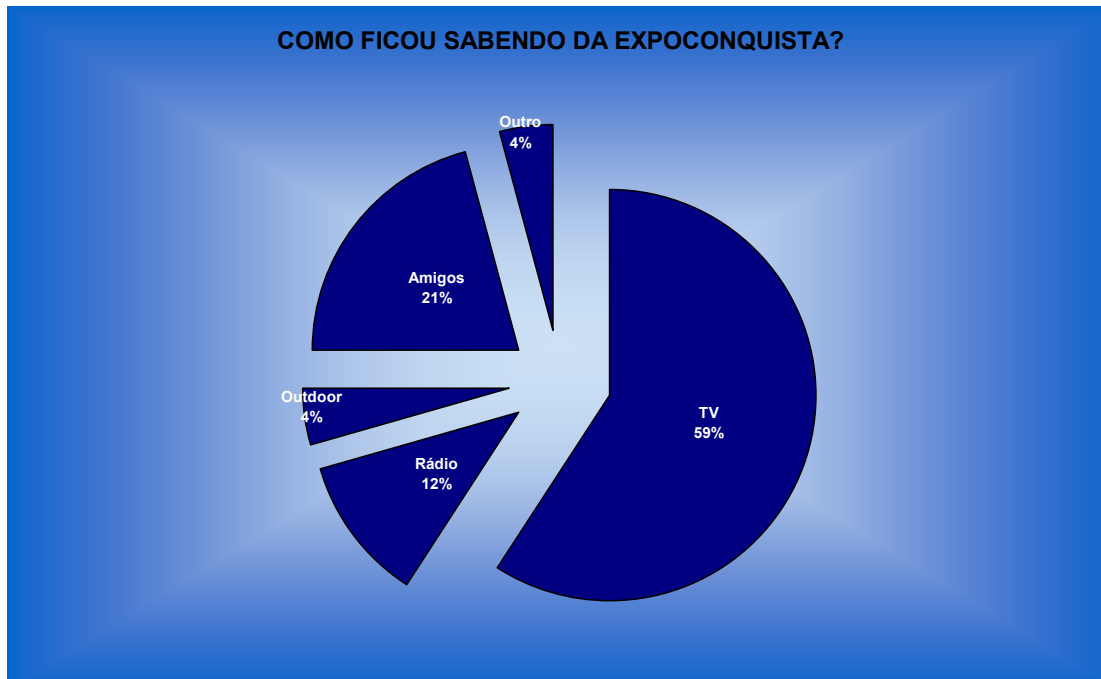
Fonte: Pesquisa de Demanda Turística Expoconquista 2006. Núcleo de Pesquisa e Extensão em Turismo – FTC – Vitória da Conquista / BA.

**QUESTÃO 13**



Fonte: Pesquisa de Demanda Turística Expoconquista 2006. Núcleo de Pesquisa e Extensão em Turismo – FTC – Vitória da Conquista / BA.

**QUESTÃO 14**



Fonte: Pesquisa de Demanda Turística Expoconquista 2006. Núcleo de Pesquisa e Extensão em Turismo – FTC – Vitória da Conquista / BA.

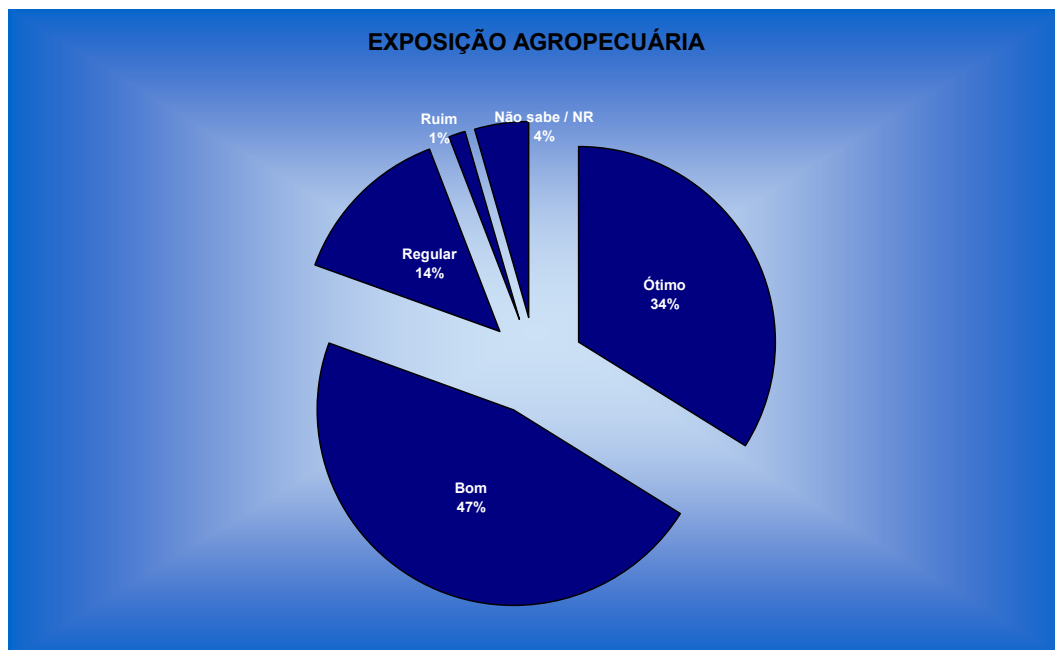
## QUESTÃO 15

### 15.1



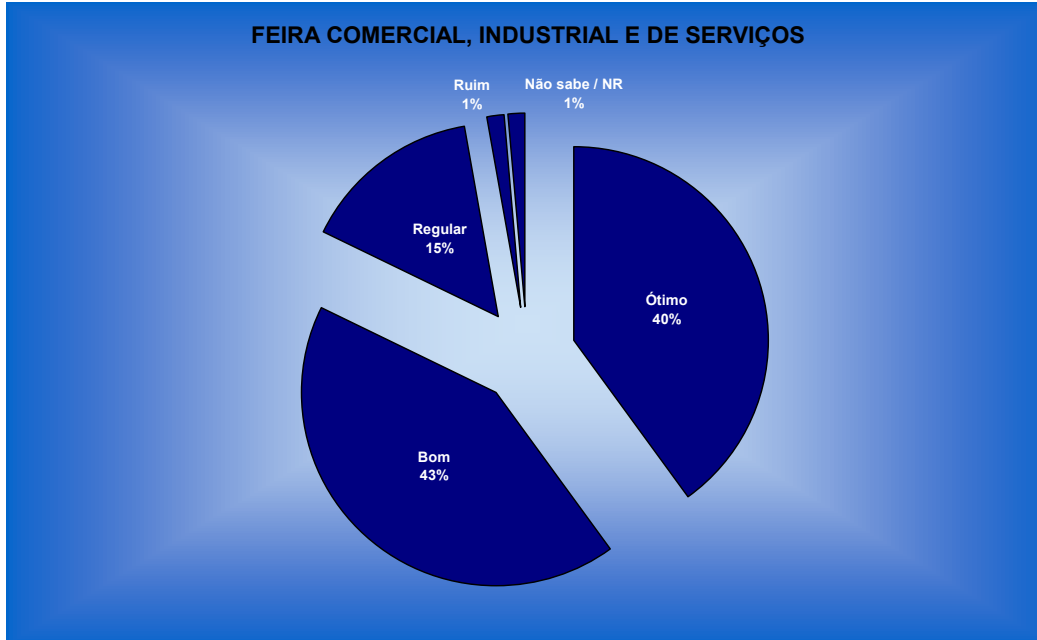
Fonte: Pesquisa de Demanda Turística Expoconquista 2006. Núcleo de Pesquisa e Extensão em Turismo – FTC – Vitória da Conquista / BA.

### 15.2



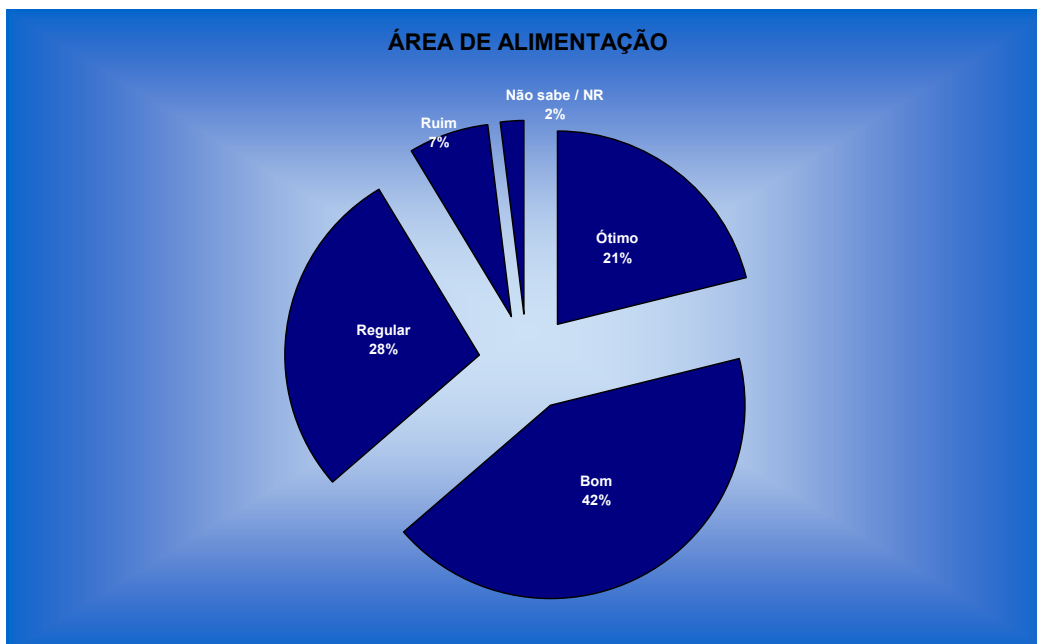
Fonte: Pesquisa de Demanda Turística Expoconquista 2006. Núcleo de Pesquisa e Extensão em Turismo – FTC – Vitória da Conquista / BA.

**15.3**



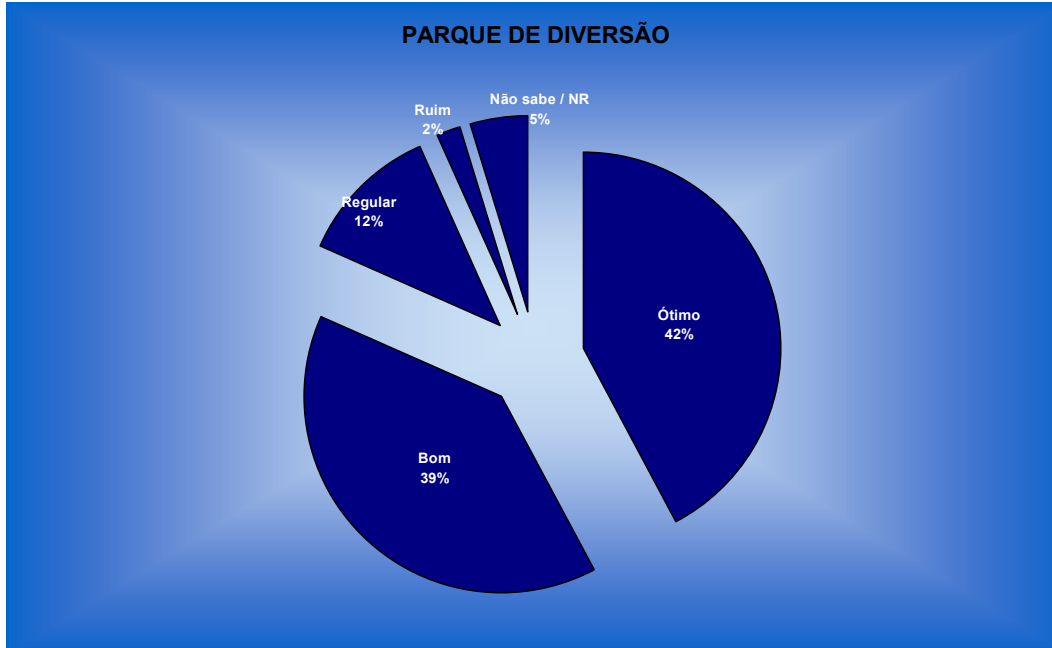
Fonte: Pesquisa de Demanda Turística Expoconquista 2006. Núcleo de Pesquisa e Extensão em Turismo – FTC – Vitória da Conquista / BA.

**15.4**



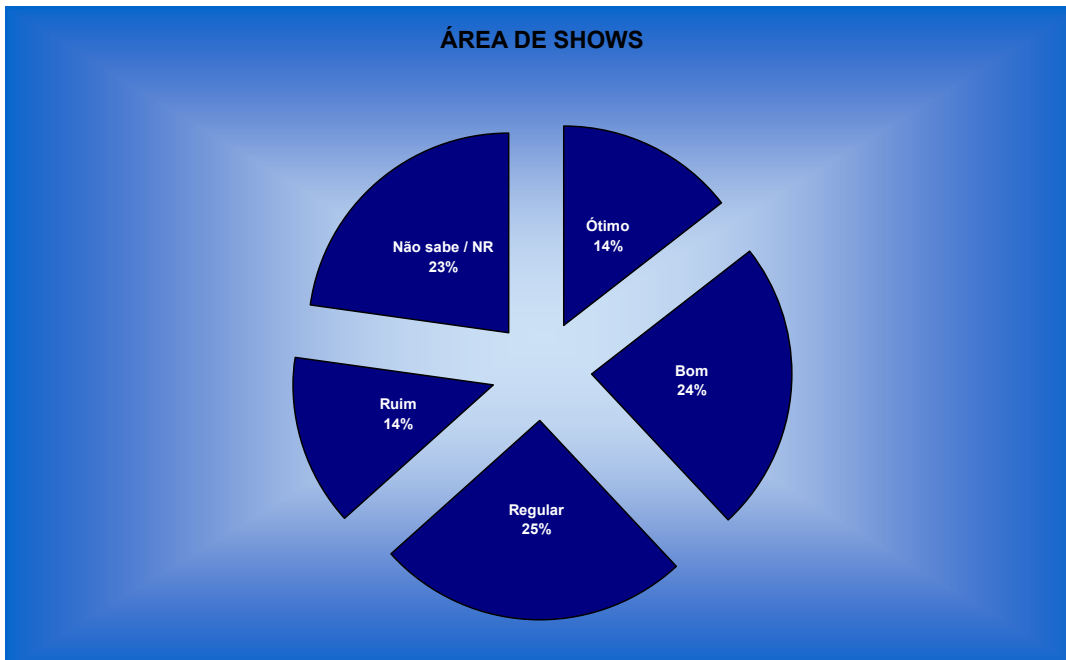
Fonte: Pesquisa de Demanda Turística Expoconquista 2006. Núcleo de Pesquisa e Extensão em Turismo – FTC – Vitória da Conquista / BA.

**15.5**



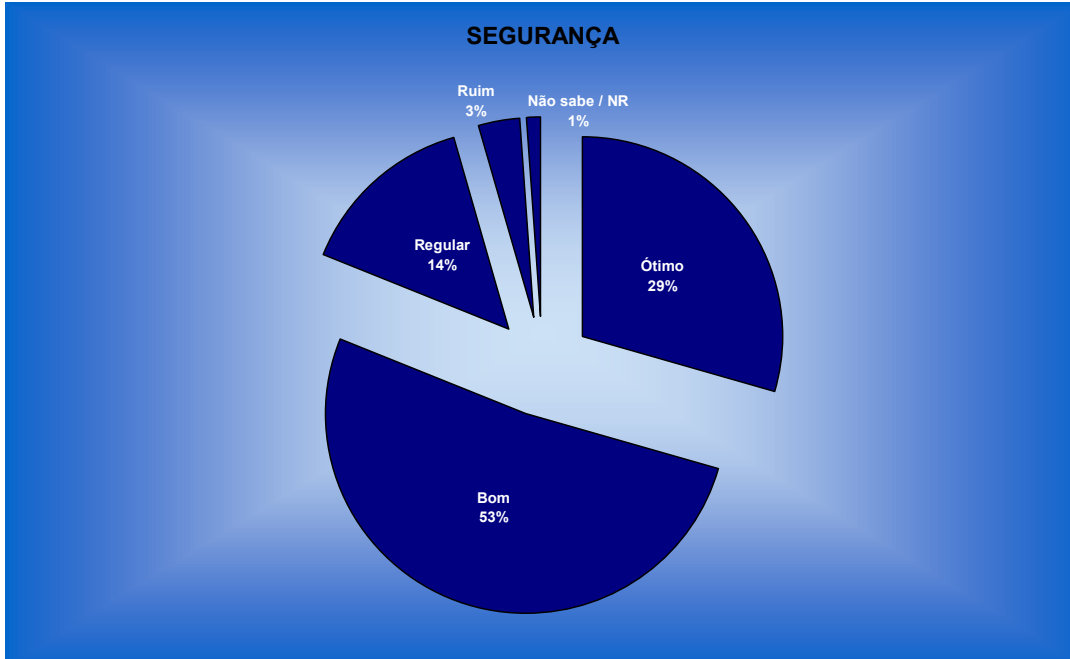
Fonte: Pesquisa de Demanda Turística Expoconquista 2006. Núcleo de Pesquisa e Extensão em Turismo – FTC – Vitória da Conquista / BA.

**15.6**



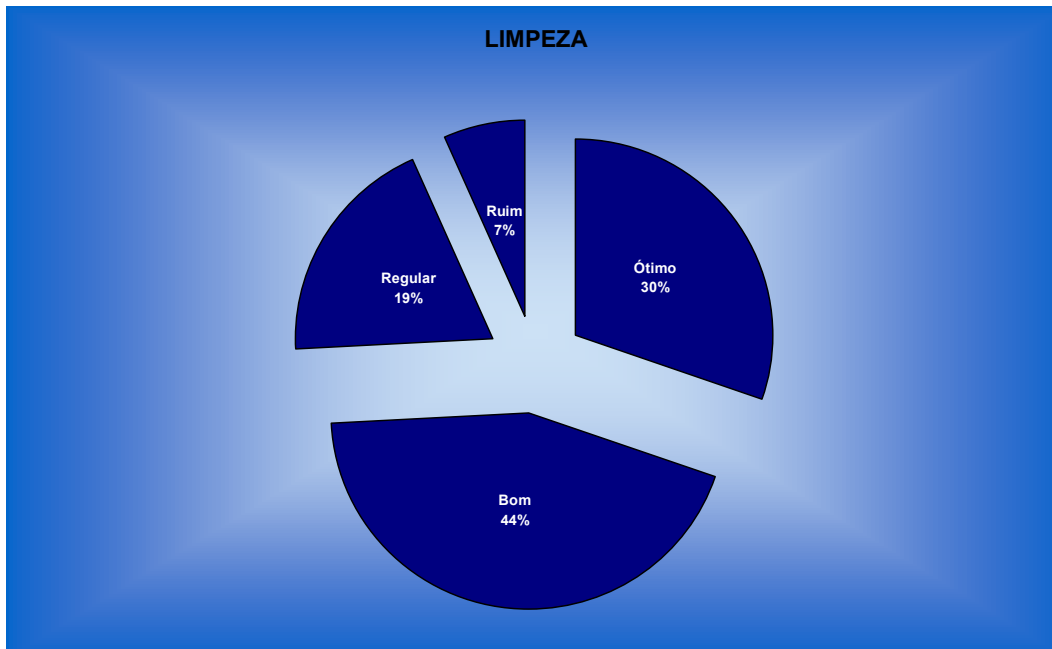
Fonte: Pesquisa de Demanda Turística Expoconquista 2006. Núcleo de Pesquisa e Extensão em Turismo – FTC – Vitória da Conquista / BA.

**15.7**



Fonte: Pesquisa de Demanda Turística Expoconquista 2006. Núcleo de Pesquisa e Extensão em Turismo – FTC – Vitória da Conquista / BA.

**15.8**



Fonte: Pesquisa de Demanda Turística Expoconquista 2006. Núcleo de Pesquisa e Extensão em Turismo – FTC – Vitória da Conquista / BA.

### QUESTÃO 16



Fonte: Pesquisa de Demanda Turística Expoconquista 2006. Núcleo de Pesquisa e Extensão em Turismo – FTC – Vitória da Conquista / BA.

## VI – TABELAS

### RESULTADO GERAL – TODO O PERÍODO DA EXPOSIÇÃO

#### QUESTÃO 01

1. SEXO	6ª/DOM	2ª / 5ª	TOTAL	%
Masculino	208	47	255	43,15
Feminino	280	56	336	56,85
<b>Total</b>	<b>488</b>	<b>103</b>	<b>591</b>	<b>100,00</b>

#### QUESTÃO 02

2. IDADE	6ª/DOM	2ª / 5ª	TOTAL	%
De 15 a 20 anos	90	24	114	19,29
De 21 a 30 anos	210	39	249	42,13
De 31 a 40 anos	103	23	126	21,32
Acima de 41 anos	85	17	102	17,26
<b>Total</b>	<b>488</b>	<b>103</b>	<b>591</b>	<b>100,00</b>

#### QUESTÃO 03

3. ESCOLARIDADE	6ª/DOM	2ª / 5ª	TOTAL	%
Ensino fundamental	55	06	61	10,32
Ensino médio	226	56	282	47,72
Ensino superior	204	41	245	41,46
Pós-graduação	03	00	3	0,51
<b>Total</b>	<b>488</b>	<b>103</b>	<b>591</b>	<b>100,00</b>

#### QUESTÃO 04

4. OCUPAÇÃO PRINCIPAL	6ª/DOM	2ª / 5ª	TOTAL	%
Estudante	159	41	200	33,84
Autônomo	60	20	80	13,54
Assalariado	89	13	102	17,26
Empresário	46	10	56	9,48
Fazendeiro	34	04	38	6,43
Desempregado	24	02	26	4,40
Funcionário público	44	03	47	7,95
Professor	19	00	19	3,21
Comerciante	12	00	12	2,03
Outro	00	10	10	1,69
Não sabe / NR	01	00	1	0,17
<b>Total</b>	<b>488</b>	<b>103</b>	<b>591</b>	<b>100,00</b>

### QUESTÃO 05

5. ORIGEM	6ª/DOM	2ª / 5ª	TOTAL	%
Vitória da Conquista	341	81	422	71,40
Outra cidade	147	22	169	28,60
<b>Total</b>	<b>488</b>	<b>103</b>	<b>591</b>	<b>100,00</b>

BAIRRO	6ª/DOM	2ª / 5ª	TOTAL	%
Recreio	56	7	63	14,93
São Vicente	3	2	5	1,18
Urbis II	3	2	5	1,18
Urbis V	9	4	13	3,08
Urbis I	3	4	7	1,66
Brasil	28	19	47	11,14
Centro	45	5	50	11,85
Candeias	73	22	95	22,51
Ibirapuera	14	3	17	4,03
Guarani	12	2	14	3,32
Patagônia	5	2	7	1,66
Alto Maron	14	2	16	3,79
Jardim Guanabara	15	0	15	3,55
Alvorada	5	0	5	1,18
Sumaré	7	0	7	1,66
Morada dos Pássaros	3	0	3	0,71
Jurema	4	0	4	0,95
Flamengo	8	0	8	1,90
Iracema	6	0	6	1,42
Urbis IV	5	0	5	1,18
Cadija	5	0	5	1,18
Santa Cecília	2	0	2	0,47
Novo Horizonte	1	0	1	0,24
Petrópolis	4	0	4	0,95
Lagoa das Flores	1	1	2	0,47
Urbis VI	1	1	2	0,47
Vila América	1	0	1	0,24
Não sabe / NR	8	5	13	3,08
<b>Total</b>	<b>341</b>	<b>81</b>	<b>422</b>	<b>100,00</b>

CIDADE	GERAL	%
Itapetinga	29	17,16
Barra do Choça	12	7,10
Brumado	5	2,96
Salvador	13	7,69
Jequié	6	3,55
Caetité	6	3,55
Guanambi	5	2,96
Itambé	4	2,37
Poções	4	2,37
Mirante	4	2,37
Iguai	3	1,78
Piripá	3	1,78
Salvador	3	1,78
Outras*	72	42,60
<b>Total</b>	<b>169</b>	<b>100,00</b>

\*Outras cidades:

Almenara - MG	Curitiba - PR	Manaus - AM	Teófilo Otoni - MG
Anagé	Divisópolis - MG	Mortugaba	Vitória - ES
Aracatu	Encruzilhada	Nazaré das Farinhas	Argentina
Belo Horizonte - MG	Ilhéus	Planaltina	Boa Nova
Campo Novo	Itororó	Rio de Janeiro - RJ	Canavieiras
Condeúba	Macarani	Senhor do Bonfim	Cordeiros
Feira de Santana	Nova Canaã	Barreiras	Gov. Valadares - MG
Itaberaba	Potiraguá	Buriqui	Itabuna
Lage	São Bernardo	Cândido Sales	Lauro de Freitas
Maetinga	Serra do Ramalho	Ibitira	Pindaí
Ouro Preto - MG	Belo Campo	Itiruçu	Rio de contas
Recife - PE	Cachoeira	Livramento	São Paulo - SP
São Miguel das Matas	Carlos Chagas		

### QUESTÃO 06

6. VOCÊ JÁ OUVIU FALAR EM TURISMO RURAL?	6ª/DOM	2ª / 5ª	TOTAL	%
Sim	342	66	408	69,04
Não	146	37	183	30,96
<b>Total</b>	<b>488</b>	<b>103</b>	<b>591</b>	<b>100,00</b>

### QUESTÃO 07

7. VOCÊ CONHECE OU JÁ VISITOU UMA FAZENDA?	6ª/DOM	2ª / 5ª	TOTAL	%
Sim	428	101	529	89,51
Não	60	2	62	10,49
<b>Total</b>	<b>488</b>	<b>103</b>	<b>591</b>	<b>100,00</b>

### QUESTÃO 08

8. VOCÊ GOSTARIA DE VISITAR UMA FAZENDA?	6ª/DOM	2ª / 5ª	TOTAL	%
Sim	51	2	53	85,48
Não	9	0	9	14,52
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>2</b>	<b>62</b>	<b>100,00</b>

### QUESTÃO 09

9. O QUE MAIS TE ATRAIRIA PARA VISITAR UMA FAZENDA?	6ª/DOM	2ª / 5ª	TOTAL	%
Conhecer as atividades produtivas da fazenda	117	34	151	25,55
Participar das atividades produtivas da fazenda	80	18	98	16,58
Descansar	273	49	322	54,48
Outro	10	1	11	1,86
Não sabe / NR	8	1	9	1,52
<b>Total</b>	<b>488</b>	<b>103</b>	<b>591</b>	<b>100,00</b>

### QUESTÃO 10

10. O QUE VOCÊ GOSTARIA DE ENCONTRAR NUMA FAZENDA?	6ª/DOM	2ª / 5ª	TOTAL	%
Infra-estrutura de hospedagem	93	8	101	17,09
Infra-estrutura de lazer	171	48	219	37,06
Um ambiente rural, conservando os aspectos típicos da fazenda	213	46	259	43,82
Outro	3	0	3	0,51
Não sabe / NR	8	1	9	1,52
<b>Total</b>	<b>488</b>	<b>103</b>	<b>591</b>	<b>100,00</b>

### QUESTÃO 11

11. MEIO DE TRANSPORTE UTILIZADO P/ CHEGAR À EXPOCONQUISTA?	6ª/DOM	2ª / 5ª	TOTAL	%
Automóvel	286	73	359	60,74
Ônibus	135	17	152	25,72
Taxi	18	9	27	4,57
Outro*	49	4	53	8,97
<b>Total</b>	<b>488</b>	<b>103</b>	<b>591</b>	<b>100,00</b>

\* Outro: A pé (39), Bicicleta (4), Moto (10).

## QUESTÃO 12

12. É A PRIMEIRA VEZ QUE VEM À EXPOCONQUISTA?	6ª/DOM	2ª / 5ª	TOTAL	%
Sim	69	11	80	13,54
Não	419	92	511	86,46
<b>Total</b>	<b>488</b>	<b>103</b>	<b>591</b>	<b>100,00</b>

QUANTAS VEZES JÁ VEIO?	6ª/DOM	2ª / 5ª	TOTAL	%
Duas	40	8	48	9,39
Três a cinco	118	19	137	26,81
Seis a dez	112	33	145	28,38
Mais de dez vezes	149	32	181	35,42
<b>Total</b>	<b>419</b>	<b>92</b>	<b>511</b>	<b>100,00</b>

## QUESTÃO 13

13. PRETENDE VOLTAR NO PRÓXIMO EVENTO?	6ª/DOM	2ª / 5ª	TOTAL	%
Sim	425	95	520	87,99
Não	11	3	14	2,37
Não sabe / NR	52	5	57	9,64
<b>Total</b>	<b>488</b>	<b>103</b>	<b>591</b>	<b>100,00</b>

## QUESTÃO 14

14. COMO FICOU SABENDO DA EXPOCONQUISTA?	6ª/DOM	2ª / 5ª	TOTAL	%
TV	281	68	349	59,05
Rádio	53	15	68	11,51
Outdoor	20	5	25	4,23
Amigos	111	12	123	20,81
Outro	22	3	25	4,23
Não sabe / NR	1	0	1	0,17
<b>Total</b>	<b>488</b>	<b>103</b>	<b>591</b>	<b>100,00</b>

## QUESTÃO 15

### 15. FAÇA UMA AVALIAÇÃO DOS SEGUINTE ITENS:

#### 15.1

ESTRUTURA DA EXPOCONQUISTA	6ª/DOM	2ª / 5ª	TOTAL	%
Ótimo	273	49	322	54,48
Bom	130	48	178	30,12
Regular	56	6	62	10,49
Ruim	17	0	17	2,88
Não sabe / NR	12	0	12	2,03
<b>Total</b>	<b>488</b>	<b>103</b>	<b>591</b>	<b>100,00</b>

## 15.2

<b>EXPOSIÇÃO AGROPECUÁRIA</b>	<b>6ª/DOM</b>	<b>2ª / 5ª</b>	<b>TOTAL</b>	<b>%</b>
Ótimo	159	42	201	34,01
Bom	224	51	275	46,53
Regular	74	7	81	13,71
Ruim	7	1	8	1,35
Não sabe / NR	24	2	26	4,40
<b>Total</b>	<b>488</b>	<b>103</b>	<b>591</b>	<b>100,00</b>

## 15.3

<b>FEIRA COMERCIAL, INDUSTRIAL E DE SERVIÇOS</b>	<b>6ª/DOM</b>	<b>2ª / 5ª</b>	<b>TOTAL</b>	<b>%</b>
Ótimo	194	43	237	40,10
Bom	204	45	249	42,13
Regular	75	14	89	15,06
Ruim	8	0	8	1,35
Não sabe / NR	7	1	8	1,35
<b>Total</b>	<b>488</b>	<b>103</b>	<b>591</b>	<b>100,00</b>

## 15.4

<b>ÁREA DE ALIMENTAÇÃO</b>	<b>6ª/DOM</b>	<b>2ª / 5ª</b>	<b>TOTAL</b>	<b>%</b>
Ótimo	101	24	125	21,15
Bom	197	54	251	42,47
Regular	140	24	164	27,75
Ruim	38	1	39	6,60
Não sabe / NR	12	0	12	2,03
<b>Total</b>	<b>488</b>	<b>103</b>	<b>591</b>	<b>100,00</b>

## 15.5

<b>PARQUE DE DIVERSÃO</b>	<b>6ª/DOM</b>	<b>2ª / 5ª</b>	<b>TOTAL</b>	<b>%</b>
Ótimo	212	38	250	42,30
Bom	193	39	232	39,26
Regular	46	23	69	11,68
Ruim	11	1	12	2,03
Não sabe / NR	26	2	28	4,74
<b>Total</b>	<b>488</b>	<b>103</b>	<b>591</b>	<b>100,00</b>

## 15.6

<b>ÁREA DE SHOWS</b>	<b>6ª/DOM</b>	<b>2ª / 5ª</b>	<b>TOTAL</b>	<b>%</b>
Ótimo	70	15	85	14,38
Bom	104	36	140	23,69
Regular	121	29	150	25,38
Ruim	72	10	82	13,87
Não sabe / NR	121	13	134	22,67
<b>Total</b>	<b>488</b>	<b>103</b>	<b>591</b>	<b>100,00</b>

## 15.7

<b>SEGURANÇA</b>	<b>6ª/DOM</b>	<b>2ª / 5ª</b>	<b>TOTAL</b>	<b>%</b>
Ótimo	148	26	174	29,44
Bom	249	57	306	51,78
Regular	66	19	85	14,38
Ruim	19	1	20	3,38
Não sabe / NR	6	0	6	1,02
<b>Total</b>	<b>488</b>	<b>103</b>	<b>591</b>	<b>100,00</b>

### 15.8

<b>LIMPEZA</b>	<b>6ª/DOM</b>	<b>2ª / 5ª</b>	<b>TOTAL</b>	<b>%</b>
Ótimo	148	31	179	30,29
Bom	204	56	260	43,99
Regular	99	14	113	19,12
Ruim	37	2	39	6,60
Não sabe / NR	0	0	0	0,00
<b>Total</b>	<b>488</b>	<b>103</b>	<b>591</b>	<b>100,00</b>

### QUESTÃO 16

<b>16. AVALIAÇÃO GERAL DA EXPOCONQUISTA 2006</b>	<b>6ª/DOM</b>	<b>2ª / 5ª</b>	<b>TOTAL</b>	<b>%</b>
Ótimo	119	31	150	25,38
Bom	283	60	343	58,04
Regular	79	11	90	15,23
Ruim	6	1	7	1,18
Não sabe / NR	1	0	1	0,17
<b>Total:</b>	<b>488</b>	<b>103</b>	<b>591</b>	<b>100,00</b>

### QUESTÃO 17

<b>17. SUGESTÃO PARA MELHORIA DO PRÓXIMO EVENTO</b>	<b>6ª/DOM</b>	<b>2ª / 5ª</b>	<b>TOTAL</b>	<b>%</b>
Ter mais atrações / shows	26	40	66	26,29
Retirar a cobrança de ingressos	65	13	78	31,08
Incluir rodeios	12	5	17	6,77
Melhoria da área de alimentação / infra-estrutura	53	8	61	24,30
Melhorar a divulgação	3	1	4	1,59
Diversificar produtos / animais	8	0	8	3,19
Mudar a data do evento	2	0	2	0,80
Incluir estande com produtos cafeeiros	2	0	2	0,80
Mais eventos	0	8	8	3,19
Arborização do parque	0	2	2	0,80
Oferecer produtos mais baratos	0	2	2	0,80
Melhorar a segurança	0	1	1	0,40
<b>Total:</b>	<b>171</b>	<b>80</b>	<b>251</b>	<b>100,00</b>

## VI – QUESTIONÁRIO UTILIZADO

<b>1. Sexo:</b>	<input type="checkbox"/> Masculino	<input type="checkbox"/> Feminino																																																			
<b>2. Idade:</b>	<input type="checkbox"/> De 15 a 20 anos	<input type="checkbox"/> De 21 a 30 anos	<input type="checkbox"/> De 31 a 40 anos	<input type="checkbox"/> Acima de 41 anos																																																	
<b>3. Escolaridade:</b>	<input type="checkbox"/> Ensino fundamental	<input type="checkbox"/> Ensino Médio	<input type="checkbox"/> Superior	<input type="checkbox"/> Outro:																																																	
<b>4. Ocupação principal:</b>	<input type="checkbox"/> Fazendeiro	<input type="checkbox"/> Assalariado	<input type="checkbox"/> Estudante	<input type="checkbox"/> Produtor rural	<input type="checkbox"/> Funcionário Público																																																
	<input type="checkbox"/> Empresário	<input type="checkbox"/> Desempregado	<input type="checkbox"/> Autônomo	<input type="checkbox"/> Outro: _____	<input type="checkbox"/> NS / NR																																																
<b>5. Origem:</b>	<input type="checkbox"/> Vitória da Conquista. Bairro: _____	<input type="checkbox"/> Outra cidade. Qual? _____																																																			
<b>6. Você já ouviu falar em turismo rural?</b>	<input type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não																																																			
<b>7. Você conhece ou já visitou uma fazenda?</b>	<input type="checkbox"/> Sim (pular para a pergunta 9)	<input type="checkbox"/> Não.																																																			
<b>8. Você gostaria de visitar uma fazenda?</b>	<input type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não																																																			
<b>9. O que mais te atrairia para visitar uma fazenda? Marcar somente uma opção.</b>	<input type="checkbox"/> Conhecer as atividades produtivas da fazenda (plantação, criação de animais, produção, etc...) <input type="checkbox"/> Participar das atividades produtivas da fazenda <input type="checkbox"/> Descansar <input type="checkbox"/> Outro. Citar: _____ <input type="checkbox"/> Não sabe / NR																																																				
<b>10. O que você gostaria de encontrar numa fazenda? Marcar somente uma opção.</b>	<input type="checkbox"/> Infra-estrutura de hospedagem (apartamentos ou chalés) <input type="checkbox"/> Infra-estrutura de lazer (piscinas, campo de futebol ou quadras esportivas) <input type="checkbox"/> Um ambiente rural, conservando os aspectos típicos da fazenda <input type="checkbox"/> Outro. Citar: _____ <input type="checkbox"/> Não sabe / NR																																																				
<b>11. Qual meio de transporte utilizado para chegar ao Parque de Exposições?</b>	<input type="checkbox"/> Automóvel	<input type="checkbox"/> Ônibus	<input type="checkbox"/> Táxi	<input type="checkbox"/> Outro:																																																	
<b>12. É a primeira vez que vem à Expoconquista?</b>	<input type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não. Quantas vezes já veio? <input type="checkbox"/> Duas	<input type="checkbox"/> Três a cinco	<input type="checkbox"/> Seis a dez	<input type="checkbox"/> Mais de dez vezes																																																
<b>13. Pretende voltar no próximo evento?</b>	<input type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não	<input type="checkbox"/> Não sabe / NR																																																		
<b>14. Como ficou sabendo da Expoconquista:</b>	<input type="checkbox"/> TV	<input type="checkbox"/> Rádio	<input type="checkbox"/> Outdoor	<input type="checkbox"/> Amigos	<input type="checkbox"/> Outro. Qual? <input type="checkbox"/> Não sabe / NR																																																
<b>15. Faça uma avaliação dos seguintes itens:</b>	<table border="0"> <tr> <td>Estrutura da Expoconquista</td> <td><input type="checkbox"/> Ótimo</td> <td><input type="checkbox"/> Bom</td> <td><input type="checkbox"/> Regular</td> <td><input type="checkbox"/> Ruim</td> <td><input type="checkbox"/> NS / NR</td> </tr> <tr> <td>Exposição agropecuária</td> <td><input type="checkbox"/> Ótimo</td> <td><input type="checkbox"/> Bom</td> <td><input type="checkbox"/> Regular</td> <td><input type="checkbox"/> Ruim</td> <td><input type="checkbox"/> NS / NR</td> </tr> <tr> <td>Feira Comercial / Industrial</td> <td><input type="checkbox"/> Ótimo</td> <td><input type="checkbox"/> Bom</td> <td><input type="checkbox"/> Regular</td> <td><input type="checkbox"/> Ruim</td> <td><input type="checkbox"/> NS / NR</td> </tr> <tr> <td>Área de alimentação</td> <td><input type="checkbox"/> Ótimo</td> <td><input type="checkbox"/> Bom</td> <td><input type="checkbox"/> Regular</td> <td><input type="checkbox"/> Ruim</td> <td><input type="checkbox"/> NS / NR</td> </tr> <tr> <td>Parque de Diversão</td> <td><input type="checkbox"/> Ótimo</td> <td><input type="checkbox"/> Bom</td> <td><input type="checkbox"/> Regular</td> <td><input type="checkbox"/> Ruim</td> <td><input type="checkbox"/> NS / NR</td> </tr> <tr> <td>Área dos shows</td> <td><input type="checkbox"/> Ótimo</td> <td><input type="checkbox"/> Bom</td> <td><input type="checkbox"/> Regular</td> <td><input type="checkbox"/> Ruim</td> <td><input type="checkbox"/> NS / NR</td> </tr> <tr> <td>Segurança</td> <td><input type="checkbox"/> Ótimo</td> <td><input type="checkbox"/> Bom</td> <td><input type="checkbox"/> Regular</td> <td><input type="checkbox"/> Ruim</td> <td><input type="checkbox"/> NS / NR</td> </tr> <tr> <td>Limpeza</td> <td><input type="checkbox"/> Ótimo</td> <td><input type="checkbox"/> Bom</td> <td><input type="checkbox"/> Regular</td> <td><input type="checkbox"/> Ruim</td> <td><input type="checkbox"/> NS / NR</td> </tr> </table>					Estrutura da Expoconquista	<input type="checkbox"/> Ótimo	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> NS / NR	Exposição agropecuária	<input type="checkbox"/> Ótimo	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> NS / NR	Feira Comercial / Industrial	<input type="checkbox"/> Ótimo	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> NS / NR	Área de alimentação	<input type="checkbox"/> Ótimo	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> NS / NR	Parque de Diversão	<input type="checkbox"/> Ótimo	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> NS / NR	Área dos shows	<input type="checkbox"/> Ótimo	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> NS / NR	Segurança	<input type="checkbox"/> Ótimo	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> NS / NR	Limpeza	<input type="checkbox"/> Ótimo	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> NS / NR
Estrutura da Expoconquista	<input type="checkbox"/> Ótimo	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> NS / NR																																																
Exposição agropecuária	<input type="checkbox"/> Ótimo	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> NS / NR																																																
Feira Comercial / Industrial	<input type="checkbox"/> Ótimo	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> NS / NR																																																
Área de alimentação	<input type="checkbox"/> Ótimo	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> NS / NR																																																
Parque de Diversão	<input type="checkbox"/> Ótimo	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> NS / NR																																																
Área dos shows	<input type="checkbox"/> Ótimo	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> NS / NR																																																
Segurança	<input type="checkbox"/> Ótimo	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> NS / NR																																																
Limpeza	<input type="checkbox"/> Ótimo	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> NS / NR																																																
<b>16. Faça uma avaliação geral, a Expoconquista 2006:</b>	<input type="checkbox"/> Ótimo	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> NS / NR																																																
<b>17. Você tem alguma sugestão para melhoria do próximo evento? Anotar no verso da folha</b>	<p>Entrevistador(a): _____ Data: ___/___/2006. Dia semana: _____ Horário: _____</p>																																																				