

**PESQUISA  
DE  
DEMANDA TURÍSTICA**



**SETEMBRO 2005**

## PESQUISA DEMANDA TURÍSTICA

### SUMÁRIO

I – Apresentação .....	02
II – Objetivos .....	04
III – Metodologia .....	05
IV - Equipe Responsável .....	06
V – Análise do Festival de Inverno Bahia 2005 .....	08
VI – Tabelas .....	15
VII – Gráficos .....	20
VIII – Anexo – Questionário utilizado .....	39

## PESQUISA DEMANDA TURÍSTICA

### I - APRESENTAÇÃO

A pesquisa durante o Festival de Inverno Bahia 2005 foi realizada pelo Núcleo de Pesquisa do Curso de Turismo da Faculdade de Tecnologia e Ciências – FTC em parceria com a Projetu Consultoria em Turismo e teve como objetivo geral tentar identificar e compreender o perfil dos participantes, mensurar sua satisfação e necessidades, além de buscar sugestões que possam melhorar o próximo evento.

O Curso de Turismo da Faculdade de Tecnologia e Ciências - FTC tem como objetivo geral formar um profissional capaz de planejar, organizar, gerir e operacionalizar atividades turísticas e que acima de tudo, atuem de forma responsável na gestão sustentável do turismo seja no setor público ou privado.

Busca-se articular conteúdo específico das disciplinas com a prática profissional e a capacidade de contínua atualização, concepção esta fundamentada em uma formação acadêmica que desenvolva no graduando o interesse pelo conhecimento científico, pela pesquisa e a compreensão de que a graduação é somente o passo inicial.

Para tanto o Núcleo de Pesquisa e Extensão em Turismo vem desenvolvendo desde 2004 ações como as pesquisas de demanda turística e o Grupo de Estudos em Turismo.

Diante deste propósito o Curso de Turismo tem buscado através de seu Núcleo de Pesquisa e Extensão, realizar intervenções junto à comunidade a fim de identificar o potencial turístico da região. O que norteia este trabalho é a constatação da indissociabilidade das funções básicas de ensino, pesquisa e extensão na

## PESQUISA DEMANDA TURÍSTICA

atividade acadêmica e a necessidade de extrapolar os limites da aquisição do saber na relação ensino aprendizagem.

A Projetu Consultoria em Turismo atua no mercado turístico desde 1997 em Minas Gerais e na Bahia tendo suas ações focadas principalmente na busca da qualidade e no desenvolvimento das pessoas, empreendimentos e localidades turísticas tendo como premissa básica o desenvolvimento sustentável.

O Festival de Inverno, mesmo em sua primeira versão já é reconhecido como o maior evento do interior da Bahia. Parte daí o interesse em se conhecer o perfil do participante e a opinião dos mesmos sobre esse evento tão esperado na região sudoeste.

O estudo da demanda é um instrumento fundamental para o planejamento turístico. A partir deste estudo e de suas correlações com a oferta é possível conhecer sua estrutura, evolução e as tendências futuras e principalmente é possível eliminar elementos impeditivos e transformar demanda potencial em efetiva. (Dencker, 1999)

## PESQUISA DEMANDA TURÍSTICA

### II - OBJETIVO GERAL

Identificar e compreender o perfil dos participantes, sua satisfação e necessidades em relação ao evento.

### OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Obter o perfil do participante do Festival de Inverno: escolaridade, idade, transporte utilizado e cidade de origem (ou bairro – no caso de morador de Vitória da Conquista);
- Verificar a avaliação que os participantes fazem do evento no que diz respeito a: local de realização, acesso ao local do evento, áreas de alimentação (Forte Sabor e Praça de Alimentação Farra), área de shows, espaço alternativos, horário de início, segurança, limpeza e atrações;
- Obter opiniões gerais sobre o evento.

## PESQUISA DEMANDA TURÍSTICA

### III - METODOLOGIA

A pesquisa teve os dados coletados entre os dias 26 a 28 de agosto de 2005, em horários alternados, por alunos do Curso de Turismo da FTC.

O método utilizado para esta pesquisa foi a interrogação direta, através de questionários com perguntas semi-abertas, nos locais de maior concentração de participantes dentro do Parque de Exposições, como a entrada principal, áreas de alimentação, espaços alternativos, área de shows (pista) e camarote. Após a coleta foi realizada análise quantitativa dos dados.

O universo da pesquisa foi composto por participantes em todas as áreas do evento. Como primeiro festival, o universo foi considerado como “infinito” baseando-se na estimativa de público esperada.

Foram entrevistadas 476 (quatrocentas e setenta e seis) pessoas, o que nos permite afirmar que a margem de erro da pesquisa é de aproximadamente 5% (cinco por cento).

O questionário foi elaborado seguindo orientações gerais da Organização Mundial do Turismo – OMT e Embratur para realização de pesquisas de demanda, buscando aferir dados sobre o perfil do visitante.

**PESQUISA DEMANDA TURÍSTICA**

**IV - EQUIPE RESPONSÁVEL PELA PESQUISA**

**COORDENAÇÃO DO CURSO DE TURISMO**

Prof. Marcus Vinícius da Costa Januário

**NÚCLEO DE PESQUISA E EXTENSÃO EM TURISMO**

**Coordenação geral da pesquisa e análise dos dados**

Profa. Silvana Toledo de Oliveira

**Coordenação das equipes**

Discente Isabel Regina Carneiro Fagundes

**Tabulação dos dados coletados**

Kátia Costa de Oliveira Rocha Casemiro

Jeanna Cristina Bezerra Santos

Mateus Santos Brito

Débora Santiago Saraiva

Rodrigo Mota de Souza

Waldison José Tápias Júnior

**PROJETU CONSULTORIA EM TURISMO**

Marcus Vinícius da Costa Januário

Silvana Toledo de Oliveira

[www.projetu.com.br](http://www.projetu.com.br)  
[consultoria@projetu.com.br](mailto:consultoria@projetu.com.br)

**PESQUISA DEMANDA TURÍSTICA**

**Estudantes / Entrevistadores**

Adaluce Duarte Oliveira  
Aliete Barbosa Lacerda Bezerra  
Carla Dias Lima  
Claudinar Pereira de Brito  
Daianne Ferreira Rocha  
Ellen Márcia Lopes Pereira  
Erik Barbosa Almeida  
Fabiana Arruda Vieira  
Fabiana Gomes dos Santos  
Fernanda Prado Amaral  
Gardênia Tereza Jardim Pereira  
Ícaro Dias Cruz  
Ivete Silveira Santos  
Jose Gomes Teixeira Netto  
Kamila Souza Santos  
Kátia Costa de Oliveira Rocha Casemiro  
Laise de Assis Pereira  
Leila Souza Gobira Alves  
Leiliane Oliveira Santos  
Leyliane Lima Damaceno  
Lidiane Santos Costa  
Linda Carter Andrade Oliveira Nery  
Marcio Oliveira Menezes  
Maria Mara dos Santos Pereira  
Mariana Dutra de Oliveira  
Maritza Dattwyler Ribeiro  
Marjory Braga Vieira  
Mateus Santos Brito  
Michelle Franco Gusmão  
Neide Solange Brito Costa  
Rodrigo Mota de Souza  
Rosiane Aparecida Magalhães de Deus  
Sirleyde Lima Rocha  
Tancredo Guimarães Pereira Rusig  
Tatiana Chaves Rocha  
Vanilde Rocha Moreira  
Waldison José Tápias Junior

**PESQUISA DEMANDA TURÍSTICA****V - ANÁLISE DOS DADOS - GERAL****PERFIL DOS ENTREVISTADOS**

Do total de 476 entrevistados durante os três dias do Festival de Inverno Bahia, 52,7% são do sexo feminino e 47,3% do sexo masculino. Em relação à idade 81,1% dos entrevistados têm entre 15 e 30 anos de idade. Quanto às respostas obtidas para a questão “grau de escolaridade” demonstram alto o nível do Festival de Inverno Bahia: 90,7% das pessoas possuem nível médio ou curso superior. Em resposta à “ocupação principal”, obtivemos 43,3% das pessoas respondendo “estudantes”, seguida de “assalariado” com 18,5% e “funcionário público” com 10,7%. 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, 72,5% são de Vitória da Conquista. Foram citados trinta e um bairros na cidade: Alto Boa Vista, Alto Maaron, Alvorada, Bem Querere, Brasil, Cadijas, Candeias, Centro, Cidade Modelo, Flamengo, Guarani, Ibirapuera, Inocoop II, Ipanema, Iracema, Jardim Guanabara, Jardim Valéria, Morada dos Pássaros, Nossa Senhora Aparecida, Nova Cidade, Patagônia, Pedrinhas, Petrópolis, Recreio, São Vicente, Sumaré, Universitário, Urbis II, Urbis III, Urbis V, Vila Serrana.

O percentual de respostas “outras cidades” foi de 27,5%, sendo citadas trinta e uma cidades no Estado da Bahia (Alagoinhas, Barra do Choça, Barreiras, Brumado, Caculé, Caetité, Canavieiras, Condeúba, Encruzilhada, Eunápolis, Guanambi, Itagibá, Ilhéus, Ipiáu, Itabuna, Itambé, Itanhaçu, Itapetinga, Jequié, Feira de Santana, Macarani, Macaúbas, Maiquinique, Mortugaba, Mucugê, Nova Itarana, Piripá, Poções, Porto Seguro, Salvador e Tremedal) e oito em outros Estados brasileiros (Almenara/MG, Anápolis/GO, Belo Horizonte/MG, Campina Grande/PB, Recife/PE, Rio de Janeiro/RJ, Natal/RN e São Paulo/SP).

## PESQUISA DEMANDA TURÍSTICA

### MEIO DE TRANSPORTE UTILIZADO

O meio de transporte mais utilizado pelos entrevistados foi o “automóvel” com 47,3% das respostas. O segundo mais utilizado foi “ônibus” com 21%, seguido de “táxi” com 11,5%. Com resposta “outro” (20,2%) foram citados “a pé, moto, bicicleta e avião”. 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 NO PRÓXIMO FESTIVAL DE INVERNO

Ao serem questionados sobre a possível participação no próximo Festival de Inverno, o percentual de respostas “sim” foi muito significativo: 94,1%. Este alto índice de respostas positivas podem indicar o nível de satisfação geral em relação ao evento deste ano. O percentual de respostas “não” foi de apenas 1,3%.

### COMO FICOU SABENDO DO FESTIVAL DE INVERNO

Nesta questão, diferente das demais, foram permitidas mais de uma resposta. Portanto foram apuradas 590 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, 60,8% 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 os “amigos” (21%) como fonte da informação, seguido de “Internet” com 9% e rádio com 5,8% 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.

## PESQUISA DEMANDA TURÍSTICA

### **O QUE MOTIVOU A PARTICIPAR DO FESTIVAL DE INVERNO**

Nesta questão, também foram permitidas mais de uma resposta. Portanto foram apuradas 482 respostas em relação à motivação para participação do festival.

O percentual de respostas “atrações” como principal motivação para participar do Festival de Inverno foi de 43,9%, seguido da resposta “vem todos os dias” com 35,1%.

### **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.

### **LOCAL DE REALIZAÇÃO**

Do total de respostas obtidas, 97,5% opinaram como sendo “ótimo” ou “bom” o local de realização do festival. 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 o festival. É importante ressaltar que apenas 0,4% acharam o local “ruim”.

### **ACESSO AO LOCAL DO EVENTO**

Da mesma forma que houve grande aceitação quanto ao local do evento, o acesso foi bem avaliado: 93,7% dos entrevistados consideraram como sendo “ótimo” ou “bom”.

## PESQUISA DEMANDA TURÍSTICA

### **ATRAÇÕES**

Em relação às atrações do Festival de Inverno Bahia, 84,7% dos entrevistados avaliaram com “ótimo” ou “bom”. Esse nível de satisfação indica acerto na escolha das atrações nesse ano. É interessante observar que estilos musicais diferentes e de diferentes gerações se apresentaram no palco do festival, tendo agradado a vários tipos de público.

### **ÁREAS DE ALIMENTAÇÃO**

Quanto às áreas de alimentação, o nível de satisfação é um pouco menor que os tópicos anteriores, mas se mantém ainda elevado: 68,1% dos entrevistados as consideraram como “ótimas” ou “boas”. Mas é importante ressaltar que 17,9% das pessoas as consideraram como “regular”, percentual que deve ser considerado quando na escolha das empresas ou opções de alimentação para o próximo festival.

### **ÁREAS DOS SHOWS**

Quanto a área dos shows a maioria dos entrevistados (93,5%) a considerou como “ótima” ou “boa”. Esse percentual elevado avaliza novamente a escolha do local para realização do evento.

### **ESPAÇOS ALTERNATIVOS**

O item “Espaços Alternativos” foi avaliado por 82,5% dos entrevistados como sendo “ótimo” ou “bom”. A escolha dos demais componentes do festival foi fundamental para o sucesso de todo o evento.

## PESQUISA DEMANDA TURÍSTICA

### **HORÁRIO DE INÍCIO**

O item que sofreu maior número de críticas foi o “Horário de início”, com 63% dos entrevistados o considerando como “ótimo” ou “bom”. Porém o percentual que avaliou como “regular” também foi significativo: 26,5%. As maiores críticas dizem respeito ao atraso no horário de início dos shows de algumas bandas e ao longo intervalo entre duas bandas.

### **SEGURANÇA**

A avaliação geral do item “segurança” foi positiva: 78,8% dos entrevistados a consideraram como “ótima” ou “boa”. A tranquilidade em relação à segurança é de vital importância para o sucesso de qualquer evento, principalmente eventos do porte do Festival de Inverno Bahia.

### **LIMPEZA**

A limpeza durante o evento foi considerada positiva: 70,1% dos entrevistados a consideraram como “ótima” ou “boa”. Mas vale ressaltar que o percentual de respostas que a consideraram como “regular” ou “ruim” também foi significativo: 28,2%. É importante analisar a questão da limpeza, principalmente relacionada aos banheiros públicos 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 que não pode ser ignorada.

## PESQUISA DEMANDA TURÍSTICA

### **PROGRAMA DE TV FAVORITO**

Para facilitar a análise dos dados, as respostas obtidas através da pergunta aberta “Qual o seu programa de TV favorito?” foram agrupadas segundo critérios próprios. Assim obtivemos as seguintes respostas: programas de entretenimento (32,6%), jornalístico (22,7%), humorístico (10,3%), novelas (6,5%), esportes (3,8%), filmes (2,1%), desenhos animados (0,8%) e nenhum (21,2%).

Foram citados os seguintes programas jornalísticos: Jornal Nacional e BA TV. Programas de entretenimento: Jô Soares, Caldeirão do Huck, Saia Justa, Bahia Revista, Somos Nós, Hebe, Na Carona, Fantástico, Altas Horas, Fama, Charme, MTV, Faustão, Gugu, Sabadaço, Super Pop, Ana Maria Braga e Ratinho. Humorísticos: Casseta e Planeta, A Grande Família, Pânico na TV, Sob Nova Direção, A Diarista e Programa do Tom. Novelas: América, Malhação e Floribela. Desenhos animados: Bob Esponja e Simpsons.

## PESQUISA DEMANDA TURÍSTICA

### CRÍTICAS OU SUGESTÕES

- Começar mais cedo.
- Reduzir os preços dos alimentos na praça de alimentação.
- Atrasos nos horários dos shows.

### Sugestões gerais:

- Aumentar o espaço da boate.
- Reduzir o intervalo entre os shows.
- Aumentar o número de lixeiras no Parque de Exposições.
- Melhorar / aumentar / diversificar as atrações.
- Divulgar o evento em outros estados brasileiros.
- Incluir um restaurante na área de alimentação.
- Aumentar a área de alimentação.
- Cobrir a área de shows.
- Melhorar a qualidade do som.
- Oferecer meia entrada para estudante.

### Sugestões de atrações para o próximo evento:

- Alceu Valença.
- Ana Carolina.
- Cidade Negra.
- Jota Quest.
- Marisa Monte.
- Pitty.
- Rappa.
- Skank.
- Titãs.

**PESQUISA DEMANDA TURÍSTICA****VI – TABELAS: GERAL (SEXTA, SÁBADO E DOMINGO)**

<b>1. SEXO</b>	Freqüência	Percentual
Masculino	225	47.3%
Feminino	251	52.7%
<b>Total:</b>	<b>476</b>	<b>100,0%</b>

<b>2. IDADE</b>	Freqüência	Percentual
De 15 a 20 anos	151	31.7%
De 21 a 30 anos	235	49.4%
De 31 a 40 anos	62	13.0%
Acima de 41 anos	28	5.9%
<b>Total:</b>	<b>476</b>	<b>100,0%</b>

<b>3. GRAU DE ESCOLARIDADE</b>	Freqüência	Percentual
Ensino Fundamental	26	5.5%
Ensino Médio	199	41.8%
Curso superior	233	48.9%
Outro	18	3.8%
<b>Total:</b>	<b>476</b>	<b>100,0%</b>

<b>4. OCUPAÇÃO PRINCIPAL</b>	Freqüência	Percentual
Estudante	206	43.3%
Assalariado	88	18.5%
Autônomo	41	8.6%
Funcionário Público	51	10.7%
Profissional liberal	20	4.2%
Empresário	33	6.9%
Desempregado	10	2.1%
Aposentado	05	1.1%
Outro	22	4.6%
<b>Total:</b>	<b>476</b>	<b>100,0%</b>

**PESQUISA DEMANDA TURÍSTICA**

<b>5. ORIGEM</b>	Freqüência	Percentual
Vitória da Conquista*	345	72.5%
Outras Cidades**	131	27.5%
<b>Total:</b>	<b>476</b>	<b>100,0%</b>

**\* BAIROS CITADOS EM VITÓRIA DA CONQUISTA (31 bairros):**

Alto Boa Vista, Alto Maaron, Alvorada, Bem Querer, Brasil, Cadijas, Candeias, Centro, Cidade Modelo, Flamengo, Guarani, Ibirapuera, Inocoop II, Ipanema, Iracema, Jardim Guanabara, Jardim Valéria, Morada dos Pássaros, Nossa Senhora Aparecida, Nova Cidade, Patagônia, Pedrinhas, Petrópolis, Recreio, São Vicente, Sumaré, Universitário, Urbis II, Urbis III, Urbis V, Vila Serrana.

**\*\* OUTRAS CIDADES NA BAHIA (31 cidades):**

Alagoinhas, Barra do Choça, Barreiras, Brumado, Caculé, Caetité, Canavieiras, Condeúba, Encruzilhada, Eunápolis, Guanambi, Itagibá, Ilhéus, Ipiau, Itabuna, Itambé, Itanhaçu, Itapetinga, Jequié, Feira de Santana, Macarani, Macaúbas, Maiquinique, Mortugaba, Mucugê, Nova Itarana, Piripá, Poções, Porto Seguro, Salvador e Tremedal.

**EM OUTROS ESTADOS (08 cidades):**

Almenara/MG, Anápolis/GO, Belo Horizonte/MG, Campina Grande/PB, Recife/PE, Rio de Janeiro/RJ, Natal/RN e São Paulo/SP

<b>6. MEIO DE TRANSPORTE UTILIZADO</b>	Freqüência	Percentual
Automóvel	225	47.3%
Ônibus	100	21.0%
Táxi	55	11.5%
Outro*:	96	20.2%
<b>Total:</b>	<b>476</b>	<b>100,0%</b>

\* A pé, avião, moto, bicicleta.

<b>7. PRETENDE PARTICIPAR NOVAMENTE?</b>	Freqüência	Percentual
Sim	448	94.1%
Não	06	1.3%
Não sabe / Não respondeu	22	4.6%
<b>Total:</b>	<b>476</b>	<b>100,0%</b>

**PESQUISA DEMANDA TURÍSTICA**

<b>8. COMO FICOU SABENDO?</b>	Freqüência	Percentual
Tv	359	60.8%
Rádio	34	5.8%
Internet	53	9.0%
Amigos	124	21.0%
Outra	20	3.4%
Não sabe / NR	00	0.0%
<b>Total:</b>	<b>590</b>	<b>100,0%</b>

<b>9. O QUE MOTIVOU A DECISÃO POR PARTICIPAR DO FESTIVAL</b>	Freqüência	Percentual
Atrações	208	43.9%
Recebeu um convite	32	6.6%
Veio acompanhar amigo / filhos	50	10.4%
Vem todos os dias	169	35.1%
Outro	21	4.3%
Não sabe / NR	02	0.4%
<b>Total:</b>	<b>482</b>	<b>100,0%</b>

**10. QUALIFICAÇÃO DO FESTIVAL DE INVERNO**

<b>Local de realização</b>	Freqüência	Percentual
Ótimo	317	66.6%
Bom	147	30.9%
Regular	10	2.1%
Ruim	02	0.4%
Não sabe	00	0.0%
<b>Total:</b>	<b>476</b>	<b>100,0%</b>

<b>Acesso ao evento</b>	Freqüência	Percentual
Ótimo	268	56.3%
Bom	178	37.4%
Regular	28	5.9%
Ruim	01	0.2%
Não sabe	01	0.2%
<b>Total:</b>	<b>476</b>	<b>100,0%</b>

**PESQUISA DEMANDA TURÍSTICA**

<b>Atrações</b>	Freqüência	Percentual
Ótimo	187	39.3%
Bom	216	45.4%
Regular	67	14.1%
Ruim	04	0.8%
Não sabe	02	0.4%
<b>Total:</b>	<b>476</b>	<b>100,0%</b>

<b>Área de alimentação</b>	Freqüência	Percentual
Ótimo	124	26.1%
Bom	200	42.0%
Regular	85	17.9%
Ruim	23	4.8%
Não sabe	44	9.2%
<b>Total:</b>	<b>476</b>	<b>100,0%</b>

<b>Área dos Shows</b>	Freqüência	Percentual
Ótimo	260	54.6%
Bom	185	38.9%
Regular	18	3.8%
Ruim	05	1.0%
Não sabe	08	1.7%
<b>Total:</b>	<b>476</b>	<b>100,0%</b>

<b>Espaços Alternativos</b>	Freqüência	Percentual
Ótimo	212	44.5%
Bom	181	38.0%
Regular	57	12.0%
Ruim	11	2.3%
Não sabe	15	3.2%
<b>Total:</b>	<b>476</b>	<b>100,0%</b>

<b>Horário de início</b>	Freqüência	Percentual
Ótimo	117	24.6%
Bom	183	38.4%
Regular	126	26.5%
Ruim	47	9.9%
Não sabe	03	0.6%
<b>Total:</b>	<b>476</b>	<b>100,0%</b>

**PESQUISA DEMANDA TURÍSTICA**

<b>Segurança</b>	Frequência	Percentual
Ótimo	167	35.1%
Bom	208	43.7%
Regular	72	15.1%
Ruim	13	2.7%
Não sabe	16	3.4%
<b>Total:</b>	<b>476</b>	<b>100,0%</b>

<b>Limpeza</b>	Frequência	Percentual
Ótimo	174	36.5%
Bom	160	33.6%
Regular	66	13.9%
Ruim	68	14.3%
Não sabe	08	1.7%
<b>Total:</b>	<b>476</b>	<b>100,0%</b>

<b>11. QUAL SEU PROGRAMA DE TV FAVORITO</b>	Frequência	Percentual
Jornalístico	108	22.7%
Entretenimento	155	32.6%
Humorístico	49	10.3%
Novelas	31	6.5%
Esportes	18	3.8%
Filmes	10	2.1%
Desenhos animados	04	0.8%
Nenhum	101	21.2%
<b>Total:</b>	<b>476</b>	<b>100,0%</b>

**Foram citados os seguintes programas:**

**Jornalístico** - Jornal Nacional e BA TV.

**Entretenimento** – Jô Soares, Caldeirão do Huck, Saia Justa, Bahia Revista, Somos Nós, Hebe, Na Carona, Fantástico, Altas Horas, Fama, Charme, MTV, Faustão, Gugu, Sabadaço, Super Pop, Ana Maria Braga e Ratinho.

**Humorístico** – Casseta e Planeta, A Grande Família, Pânico na TV, Sob Nova Direção, A Diarista e Programa do Tom.

**Novelas** – América, Malhação e Floribela.

**Desenhos animados** – Bob Esponja e Simpsons.

**PESQUISA DEMANDA TURÍSTICA**

**VII – GRÁFICOS: GERAL (SEXTA, SÁBADO E DOMINGO)**

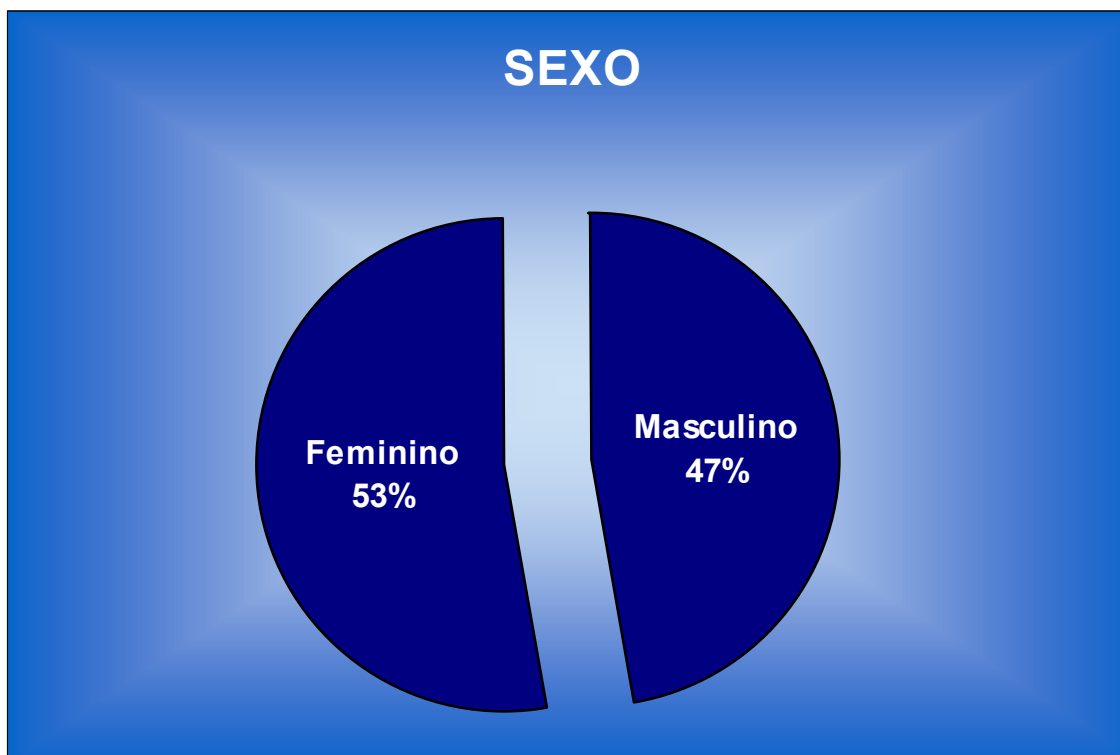


Gráfico 01. Fonte: Pesquisa de Demanda Turística Festival de Inverno Bahia – 2005. Núcleo de Pesquisa e Extensão em Turismo – Faculdade de Tecnologia e Ciências – Vitória da Conquista/BA.

**PESQUISA DEMANDA TURÍSTICA**

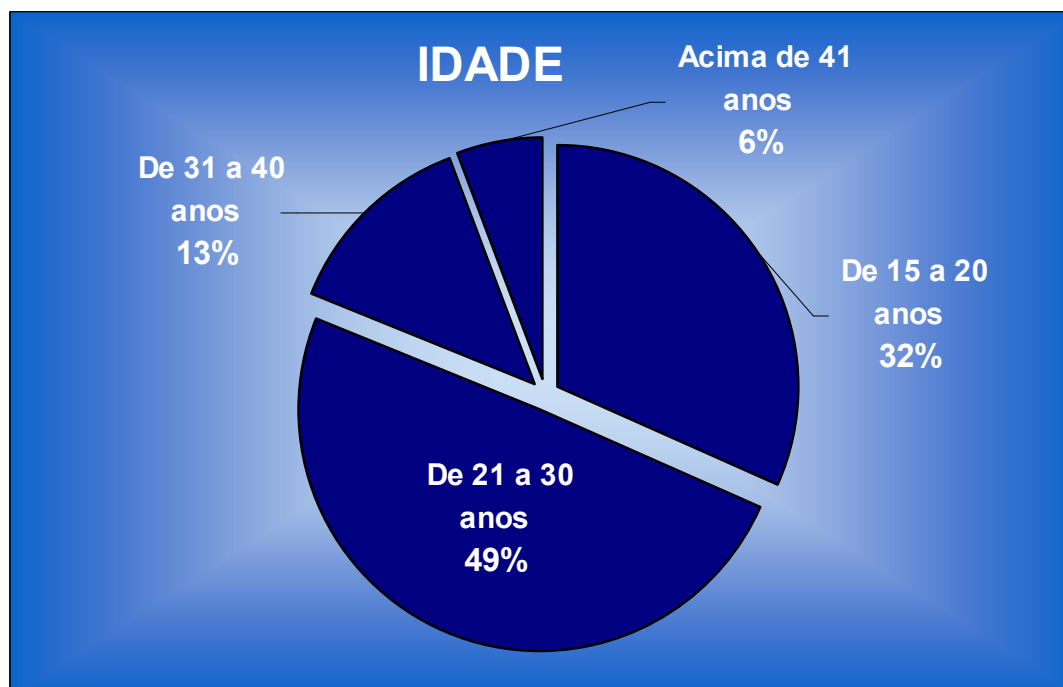


Gráfico 02. Fonte Pesquisa de Demanda Turística Festival de Inverno Bahia – 2005. Núcleo de Pesquisa e Extensão em Turismo – Faculdade de Tecnologia e Ciências – Vitória da Conquista/BA.

**PESQUISA DEMANDA TURÍSTICA**

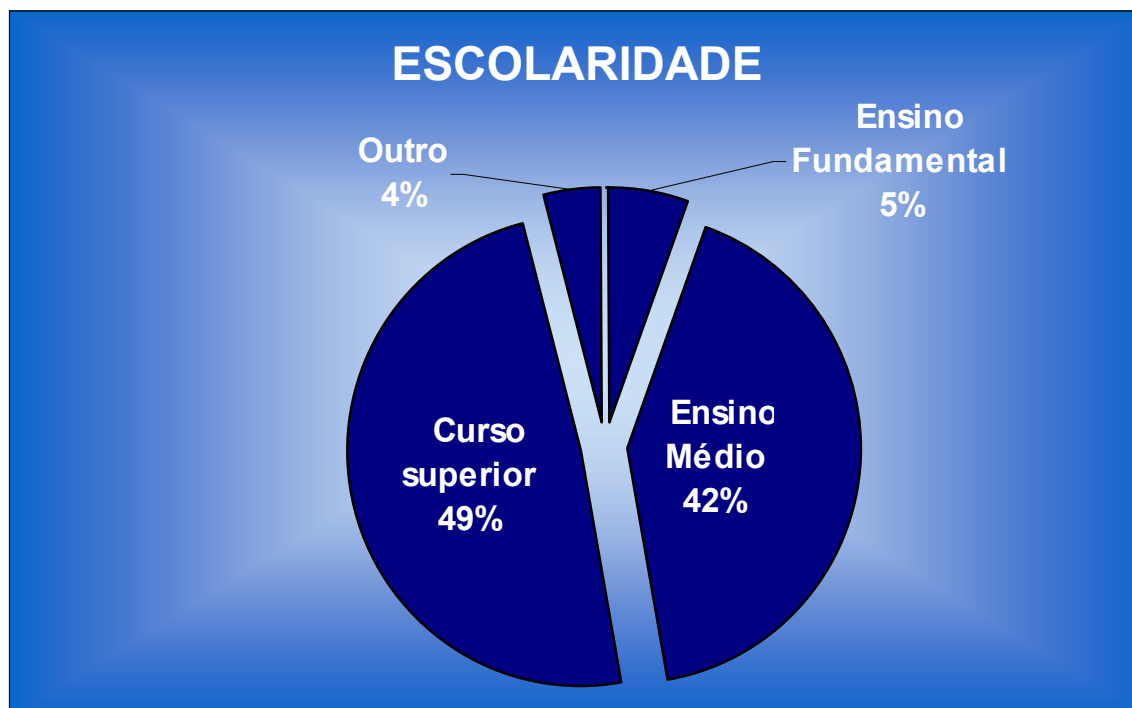


Gráfico 03 – . Fonte: Pesquisa de Demanda Turística Festival de Inverno Bahia – 2005. Núcleo de Pesquisa e Extensão em Turismo – Faculdade de Tecnologia e Ciências – Vitória da Conquista/BA.

**PESQUISA DEMANDA TURÍSTICA**

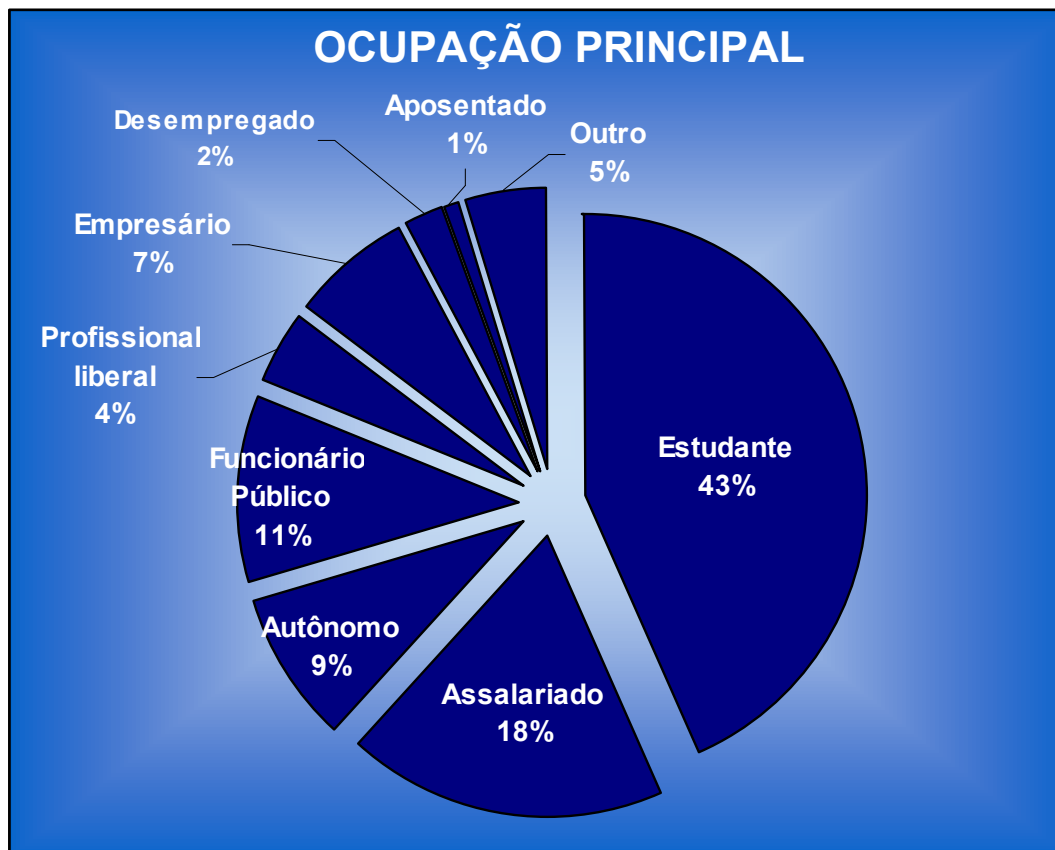


Gráfico 04. Fonte: Pesquisa de Demanda Turística Festival de Inverno Bahia – 2005. Núcleo de Pesquisa e Extensão em Turismo – Faculdade de Tecnologia e Ciências – Vitória da Conquista/BA.

**PESQUISA DEMANDA TURÍSTICA**

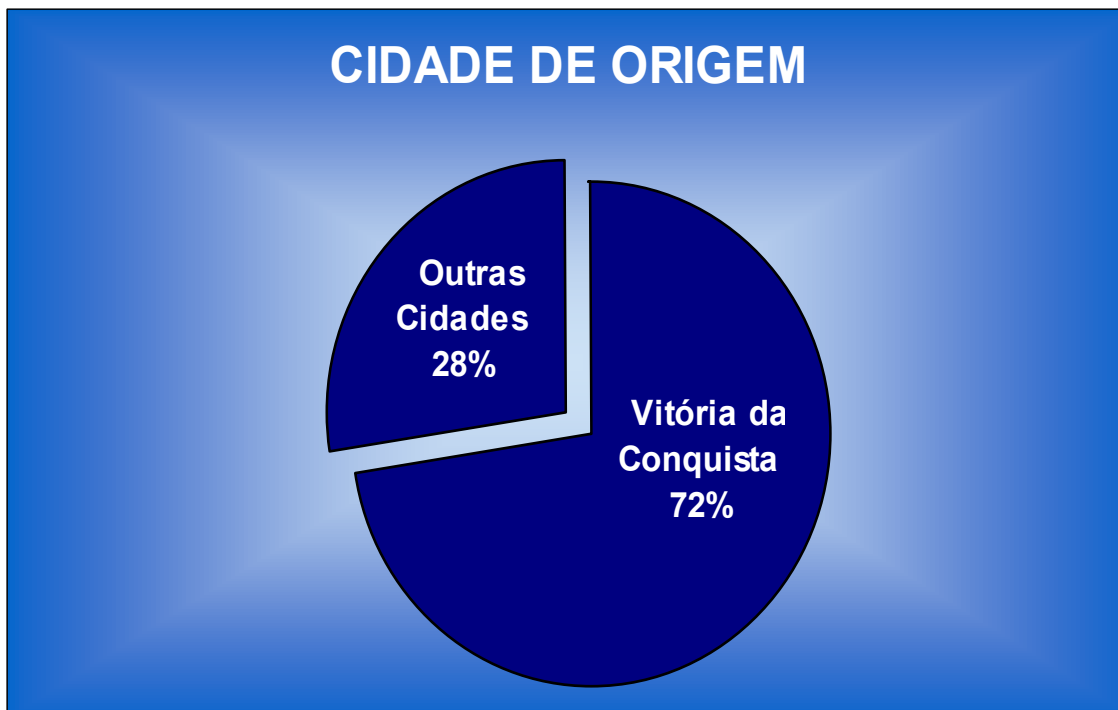


Gráfico 05. Fonte: Pesquisa de Demanda Turística Festival de Inverno Bahia – 2005. Núcleo de Pesquisa e Extensão em Turismo – Faculdade de Tecnologia e Ciências – Vitória da Conquista/BA.

**PESQUISA DEMANDA TURÍSTICA**

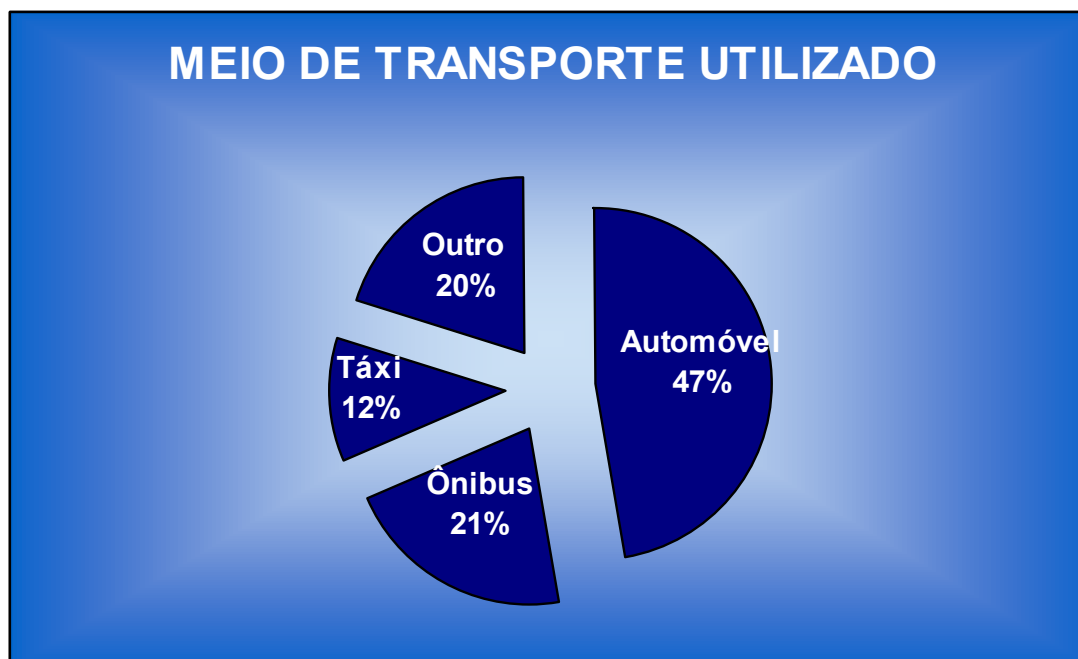


Gráfico 06. Fonte: Pesquisa de Demanda Turística Festival de Inverno Bahia – 2005. Núcleo de Pesquisa e Extensão em Turismo – Faculdade de Tecnologia e Ciências – Vitória da Conquista/BA.

**PESQUISA DEMANDA TURÍSTICA**



Gráfico 07. Fonte: Pesquisa de Demanda Turística Festival de Inverno Bahia – 2005. Núcleo de Pesquisa e Extensão em Turismo – Faculdade de Tecnologia e Ciências – Vitória da Conquista/BA.

**PESQUISA DEMANDA TURÍSTICA**

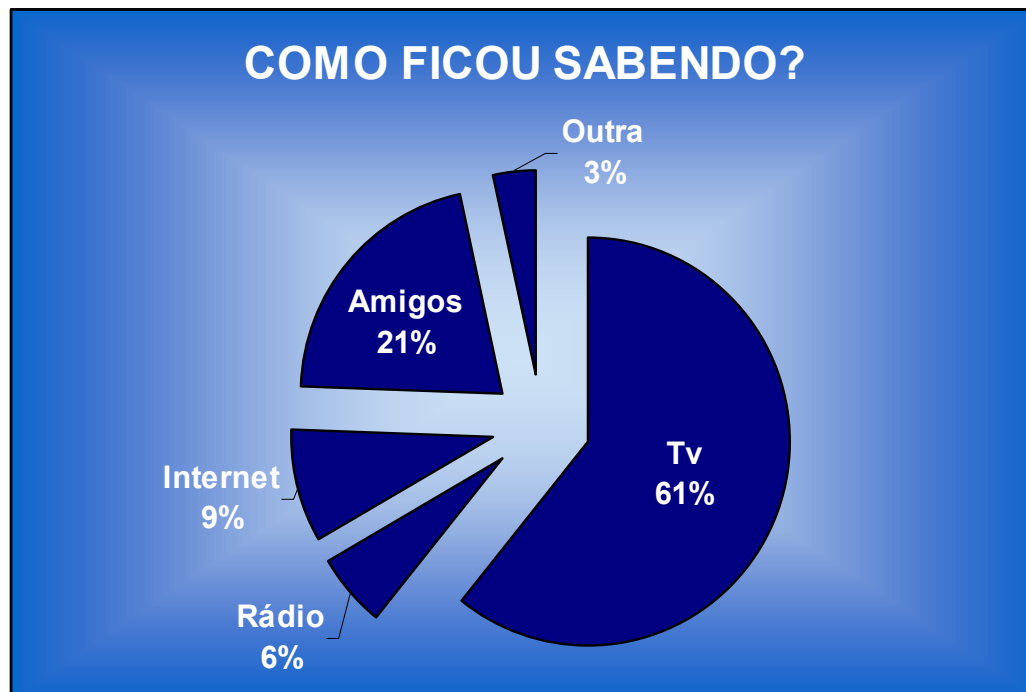


Gráfico 08. Fonte: Pesquisa de Demanda Turística Festival de Inverno Bahia – 2005. Núcleo de Pesquisa e Extensão em Turismo – Faculdade de Tecnologia e Ciências – Vitória da Conquista/BA.

**PESQUISA DEMANDA TURÍSTICA**



Gráfico 09. Fonte: Pesquisa de Demanda Turística Festival de Inverno Bahia – 2005. Núcleo de Pesquisa e Extensão em Turismo – Faculdade de Tecnologia e Ciências – Vitória da Conquista/BA.

**PESQUISA DEMANDA TURÍSTICA**

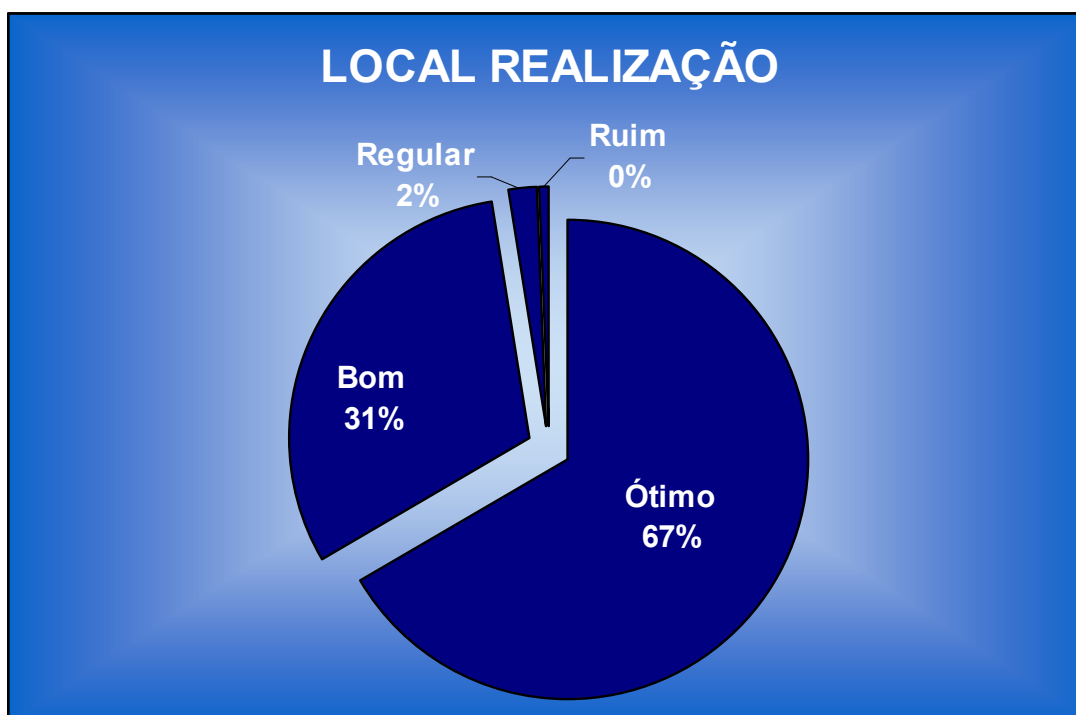


Gráfico 10. Fonte: Pesquisa de Demanda Turística Festival de Inverno Bahia – 2005. Núcleo de Pesquisa e Extensão em Turismo – Faculdade de Tecnologia e Ciências – Vitória da Conquista/BA.

**PESQUISA DEMANDA TURÍSTICA**

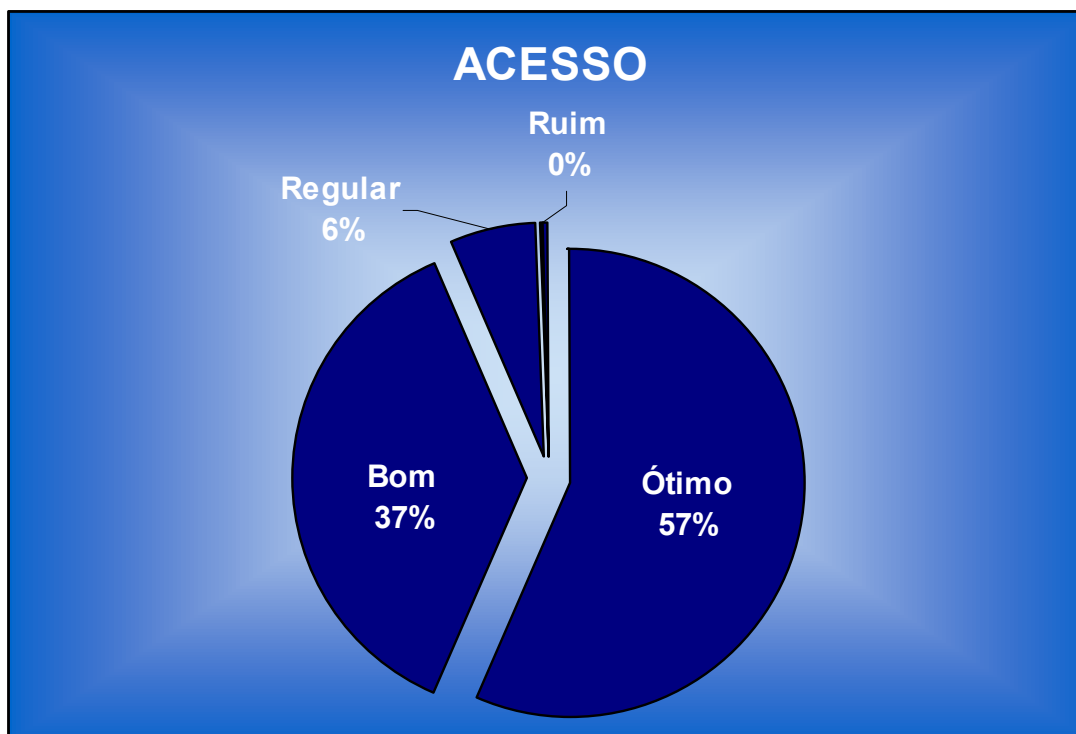


Gráfico 11. Fonte: Pesquisa de Demanda Turística Festival de Inverno Bahia – 2005. Núcleo de Pesquisa e Extensão em Turismo – Faculdade de Tecnologia e Ciências – Vitória da Conquista/BA.

**PESQUISA DEMANDA TURÍSTICA**

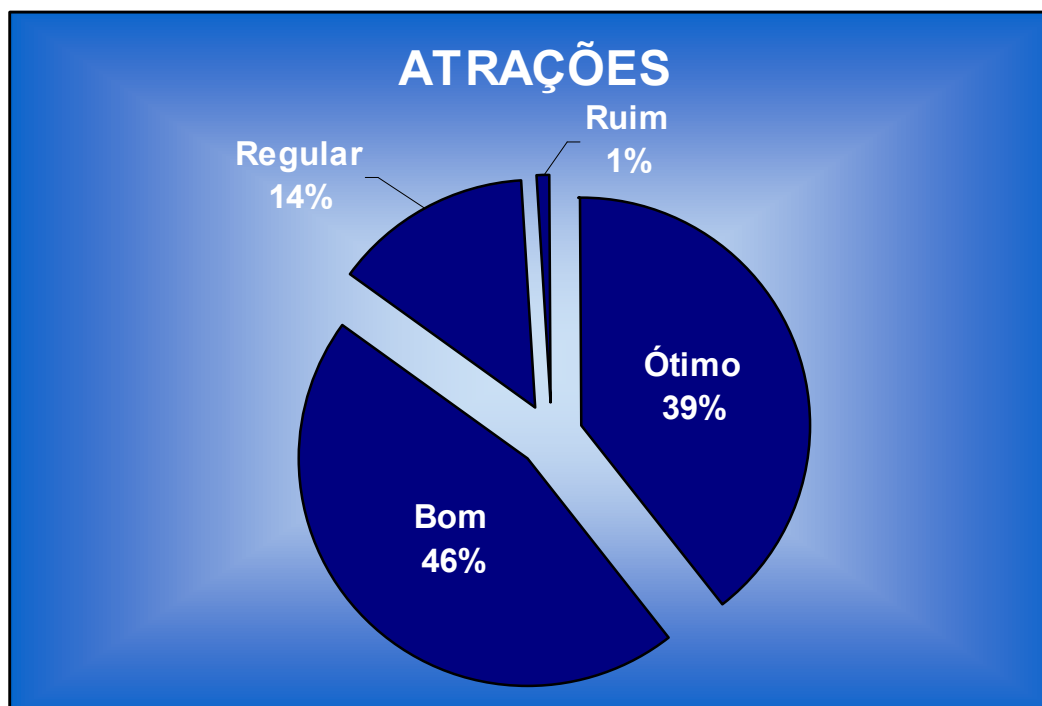


Gráfico 12. Fonte: Pesquisa de Demanda Turística Festival de Inverno Bahia – 2005. Núcleo de Pesquisa e Extensão em Turismo – Faculdade de Tecnologia e Ciências – Vitória da Conquista/BA.

**PESQUISA DEMANDA TURÍSTICA**

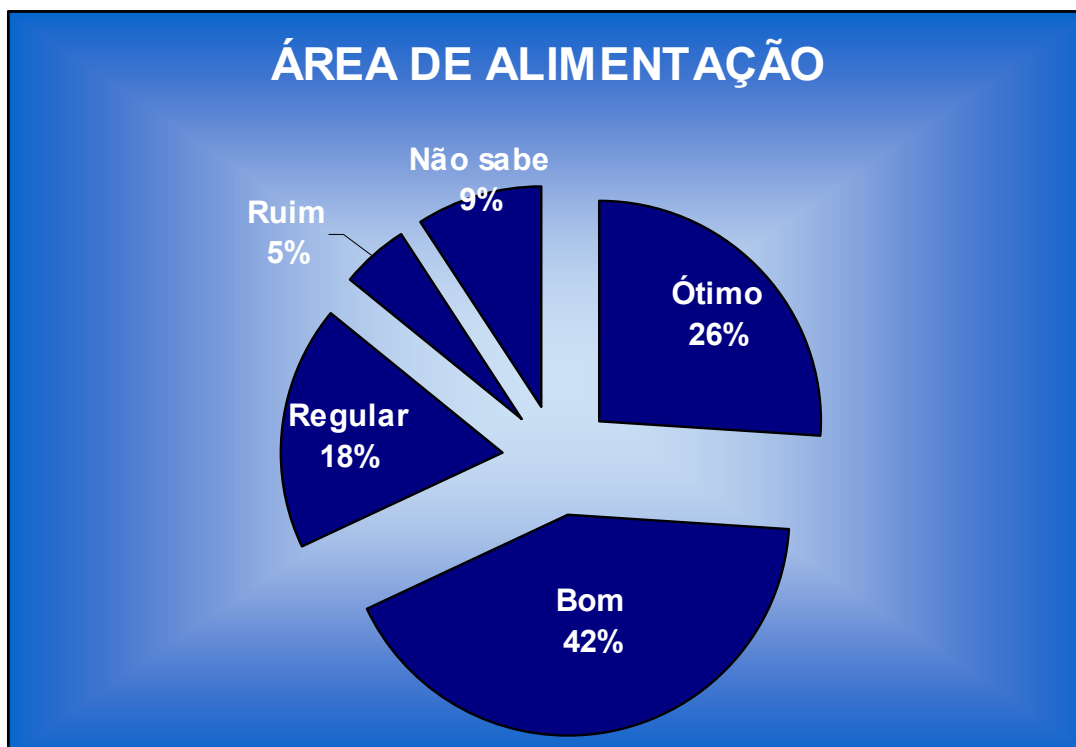


Gráfico 13. Fonte: Pesquisa de Demanda Turística Festival de Inverno Bahia – 2005. Núcleo de Pesquisa e Extensão em Turismo – Faculdade de Tecnologia e Ciências – Vitória da Conquista/BA.

**PESQUISA DEMANDA TURÍSTICA**

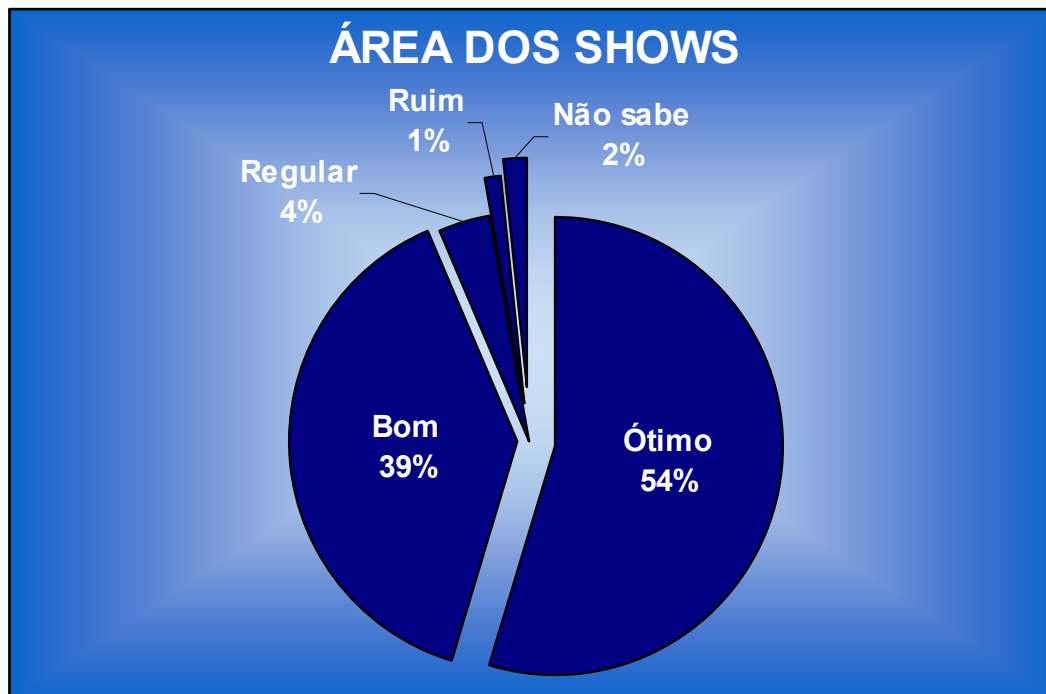


Gráfico 14. Fonte: Pesquisa de Demanda Turística Festival de Inverno Bahia – 2005. Núcleo de Pesquisa e Extensão em Turismo – Faculdade de Tecnologia e Ciências – Vitória da Conquista/BA.

**PESQUISA DEMANDA TURÍSTICA**

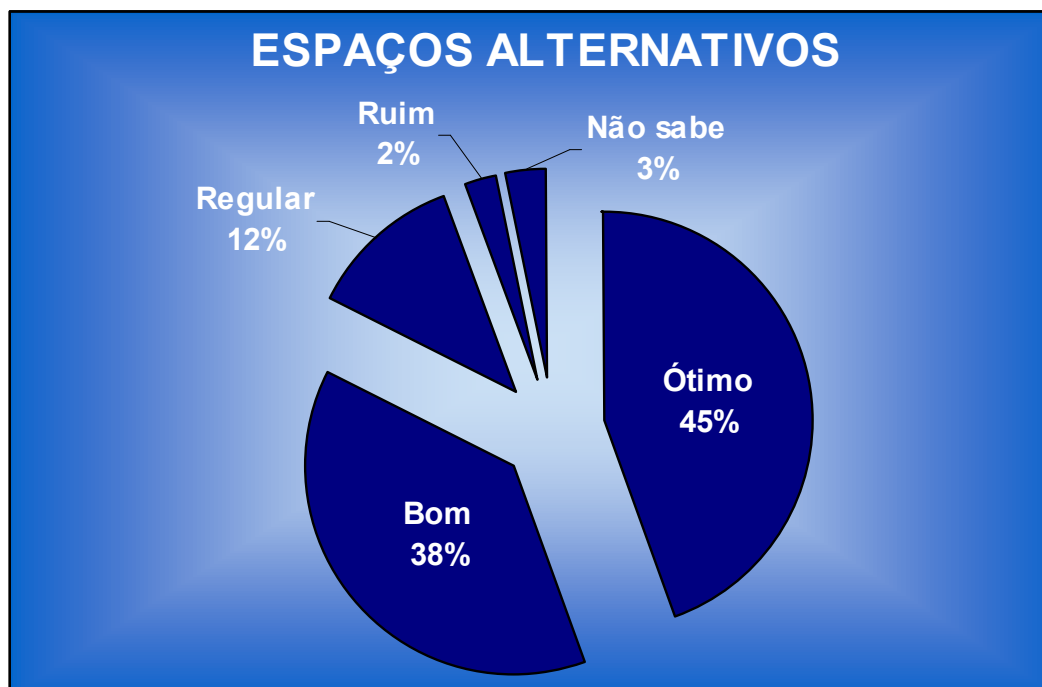


Gráfico 15. Fonte: Pesquisa de Demanda Turística Festival de Inverno Bahia – 2005. Núcleo de Pesquisa e Extensão em Turismo – Faculdade de Tecnologia e Ciências – Vitória da Conquista/BA.

**PESQUISA DEMANDA TURÍSTICA**

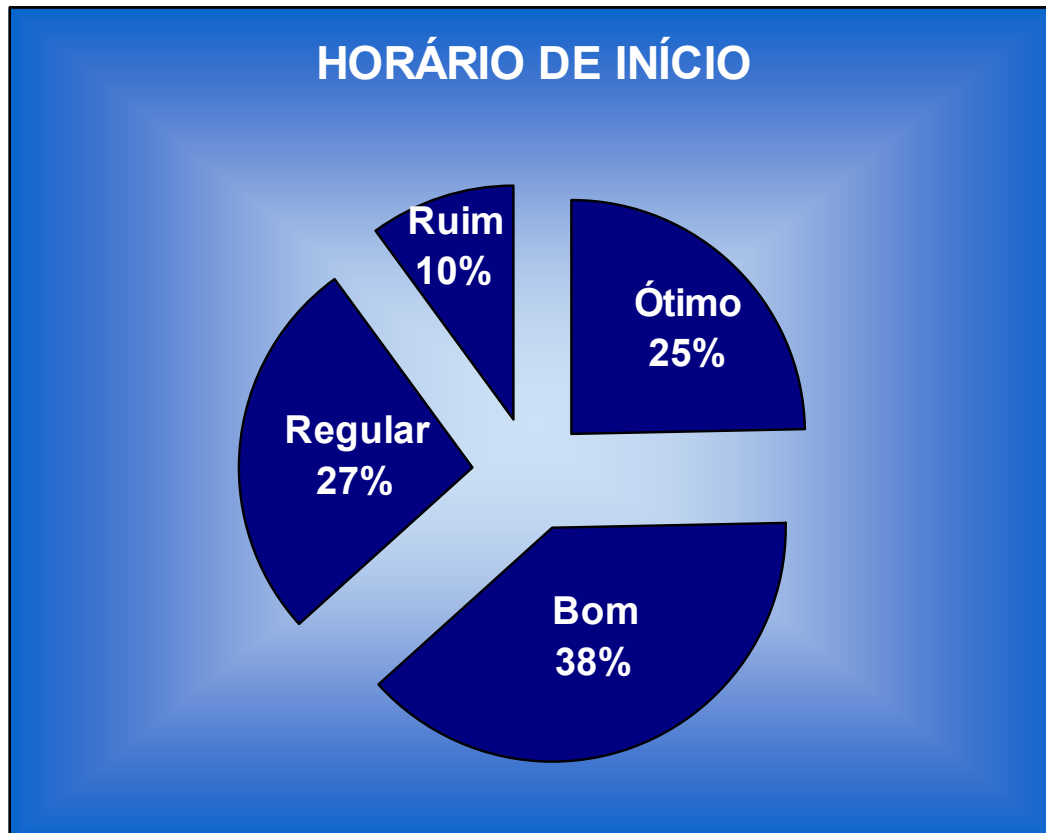


Gráfico 16. Fonte: Pesquisa de Demanda Turística Festival de Inverno Bahia – 2005. Núcleo de Pesquisa e Extensão em Turismo – Faculdade de Tecnologia e Ciências – Vitória da Conquista/BA.

**PESQUISA DEMANDA TURÍSTICA**

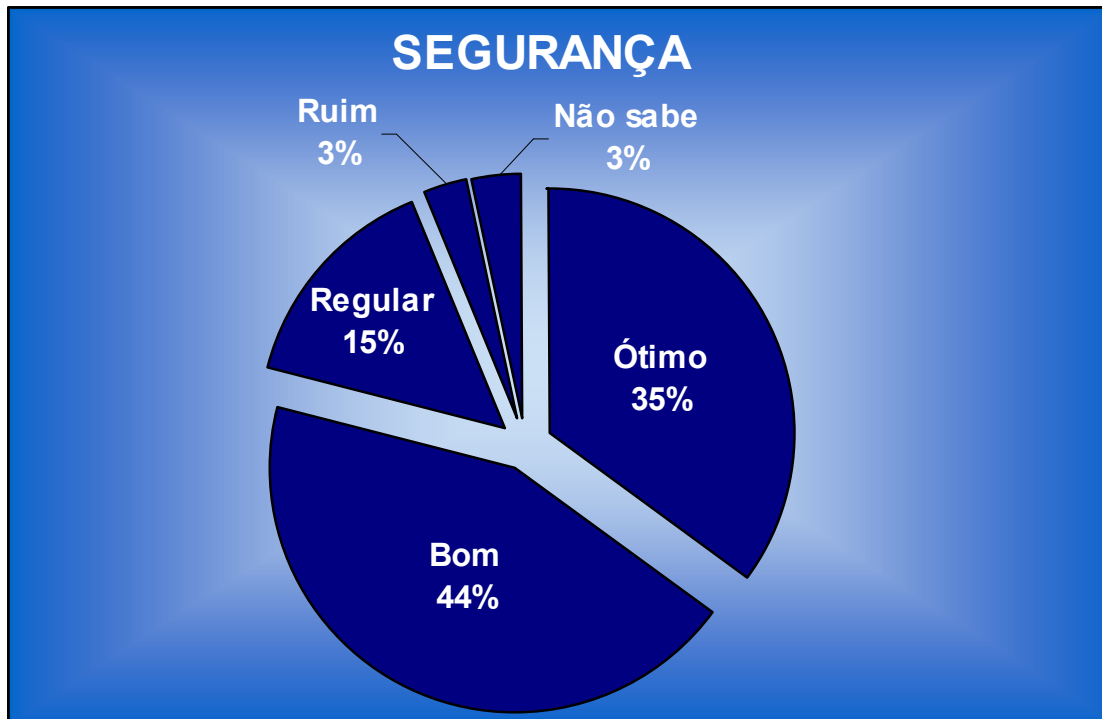


Gráfico 17. Fonte: Pesquisa de Demanda Turística Festival de Inverno Bahia – 2005. Núcleo de Pesquisa e Extensão em Turismo – Faculdade de Tecnologia e Ciências – Vitória da Conquista/BA.

**PESQUISA DEMANDA TURÍSTICA**

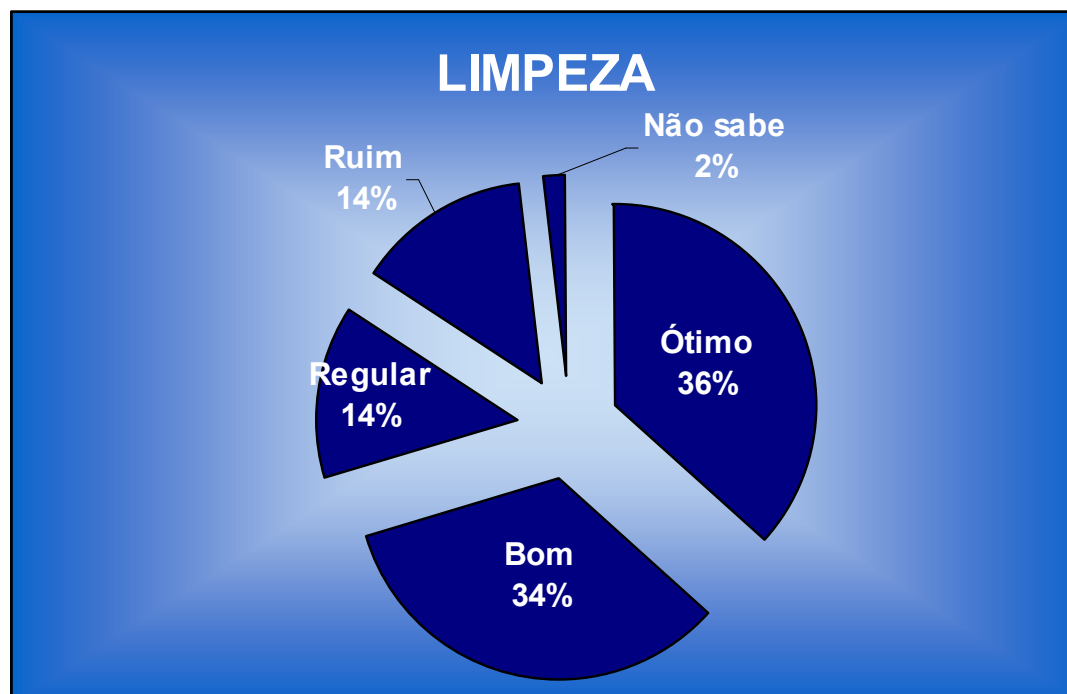


Gráfico 18. Fonte: Pesquisa de Demanda Turística Festival de Inverno Bahia – 2005. Núcleo de Pesquisa e Extensão em Turismo – Faculdade de Tecnologia e Ciências – Vitória da Conquista/BA.

**PESQUISA DEMANDA TURÍSTICA**

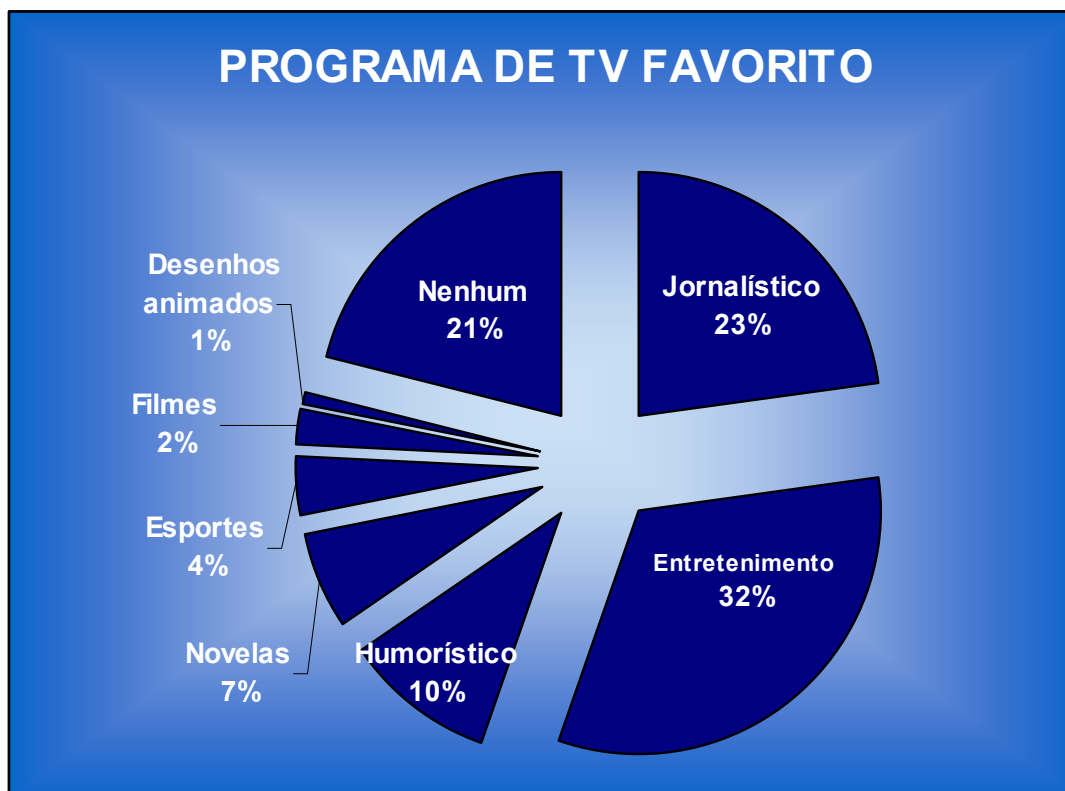


Gráfico 19. Fonte: Pesquisa de Demanda Turística Festival de Inverno Bahia – 2005. Núcleo de Pesquisa e Extensão em Turismo – Faculdade de Tecnologia e Ciências – Vitória da Conquista/BA.

**PESQUISA DEMANDA TURÍSTICA**

**VIII – QUESTIONÁRIO UTILIZADO**

1. Sexo: <input type="checkbox"/> Masculino <input type="checkbox"/> Feminino
2. Idade: <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
3. Escolaridade: <input type="checkbox"/> Ensino fundamental <input type="checkbox"/> Ensino Médio <input type="checkbox"/> Superior <input type="checkbox"/> Outro: _____.
4. Ocupação principal: <input type="checkbox"/> Estudante <input type="checkbox"/> Assalariado <input type="checkbox"/> Autônomo <input type="checkbox"/> Funcionário Público <input type="checkbox"/> Profissional Liberal <input type="checkbox"/> Empresário <input type="checkbox"/> Desempregado <input type="checkbox"/> Aposentado <input type="checkbox"/> Outro: _____. <input type="checkbox"/> NS / NR
5. Origem: <input type="checkbox"/> Vitória da Conquista. Bairro: _____ <input type="checkbox"/> Outra cidade. Qual? _____
6. Qual meio de transporte utilizado para chegar ao evento? <input type="checkbox"/> Automóvel <input type="checkbox"/> Ônibus <input type="checkbox"/> Táxi <input type="checkbox"/> Outro: _____
7. Pretende participar novamente? <input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Não sabe / NR
8. Como ficou sabendo do Festival de Inverno: <input type="checkbox"/> TV <input type="checkbox"/> Rádio <input type="checkbox"/> Internet <input type="checkbox"/> Amigos <input type="checkbox"/> Outro. Qual? _____ <input type="checkbox"/> Não sabe / NR
9. O que motivou sua decisão pelo dia de hoje? <input type="checkbox"/> Atrações <input type="checkbox"/> Recebeu um convite <input type="checkbox"/> Veio acompanhar amigos ou filhos <input type="checkbox"/> Vem todos os dias <input type="checkbox"/> Outro. Qual? _____ <input type="checkbox"/> Não sabe / NR
10. Como você qualifica os seguintes itens: Local de realização <input type="checkbox"/> Ótimo <input type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Não sabe Acesso ao evento <input type="checkbox"/> Ótimo <input type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Não sabe Atrações <input type="checkbox"/> Ótimo <input type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Não sabe Áreas de alimentação <input type="checkbox"/> Ótimo <input type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Não sabe Área dos shows <input type="checkbox"/> Ótimo <input type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Não sabe Espaços alternativos <input type="checkbox"/> Ótimo <input type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Não sabe Horário de Início <input type="checkbox"/> Ótimo <input type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Não sabe Segurança <input type="checkbox"/> Ótimo <input type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Não sabe Limpeza <input type="checkbox"/> Ótimo <input type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Não sabe
11. Qual seu programa de TV preferido?
12. Você tem alguma crítica ou sugestão para melhoria do próximo evento?

Local da entrevista: \_\_\_\_\_  
Entrevistador(a): \_\_\_\_\_ Data: \_\_\_ / \_\_\_ / \_\_\_ Horário: \_\_\_\_\_