



# Pesquisa de Satisfação do Turista de Belo Horizonte

Novembro - 2017



## Satisfação do Turista de Belo Horizonte

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

Em sua quarta edição, a área de Estudos Econômicos e o Núcleo de Turismo da Fecomércio MG, em parceria com o Observatório de Turismo da Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte S.A. (Belotur), elaboraram uma pesquisa capaz de avaliar a satisfação do turista de Belo Horizonte e apontar as principais características e necessidades encontradas ao longo de sua estadia.



**93,6% dos turistas pretendem voltar à cidade; a expectativa para a viagem foi superada para 11,7% dos turistas e, em 71,3% dos casos, a experiência de viagem atendeu plenamente ao esperado**

Assim como em 2015, o turismo para lazer ou descanso foi o motivo de viagem mais relacionado (27,2%). Em Belo Horizonte, o turismo de negócios possui grande peso, sendo que 24,6% dos entrevistados vieram à cidade com esse objetivo principal.

O estudo indicou ainda que 72,9% dos turistas permaneceram na capital por até cinco dias. A maioria viajou sozinho (53,8%) e 79,1% já haviam visitado a cidade em outras oportunidades.

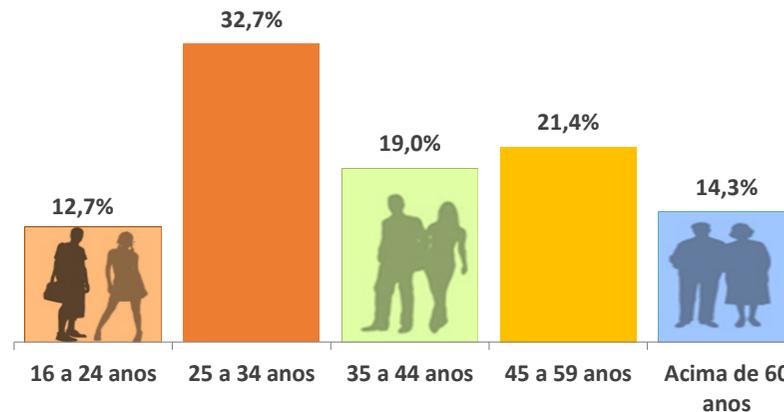
Em relação à última avaliação, realizada em 2015, todos os itens abordados na pesquisa - que avaliam a infraestrutura da cidade, os serviços oferecidos e a qualidade do atendimento - apresentaram resultados superiores.

## Perfil dos turistas

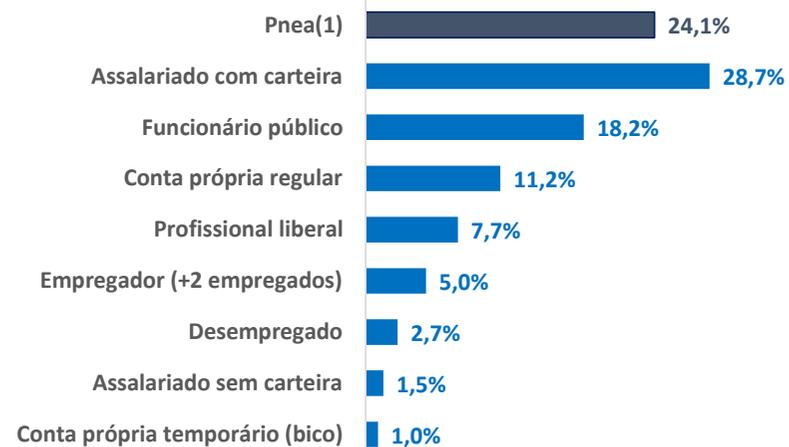
50,3%



49,7%



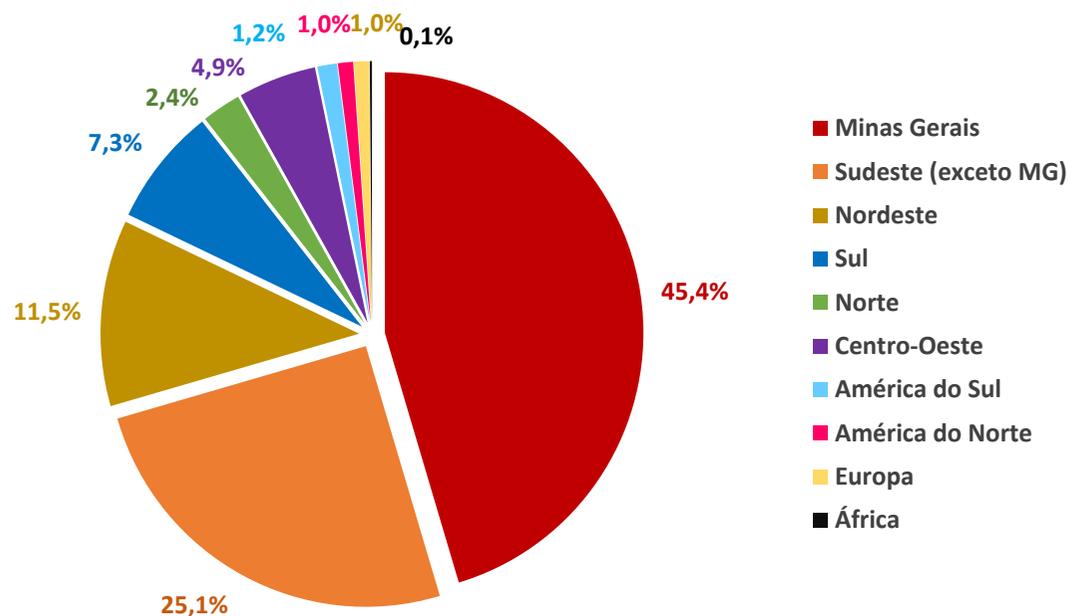
73,3% dos turistas que visitaram Belo Horizonte realizam algum trabalho remunerado



(1) População não economicamente ativa inclui: donas de casa, estudantes, aposentados e pensionistas.

## Origem dos turistas

### Origem dos turistas que permaneceram na cidade



### Ranking das localidades mais citadas <sup>(2)</sup>

Cidade	%	Estado	%
São Paulo	8,5%	Minas Gerais	45,4%
Rio de Janeiro	4,7%	São Paulo	15,4%
Salvador	2,9%	Rio de Janeiro	6,3%
Brasília	2,4%	Bahia	4,6%
Montes Claros	2,2%	Espírito do Santo	3,5%
Porto Alegre	2,1%	Rio Grande do Sul	2,9%
Vitória	1,9%	Paraná	2,3%
Curitiba	1,7%	Distrito Federal	2,3%
Ipatinga	1,5%	Santa Catarina	2,2%
Goiania	1,4%	Goiás	2,0%
Barbacena	1,4%	Pernambuco	2,0%
Viçosa	1,4%	Ceará	1,5%
São João Del Rei	1,2%	Pará	1,4%
Fortaleza	1,2%	Alagoas	0,8%

<sup>(2)</sup> Ranking das 15 localidades mais citadas

Nesta pesquisa, 45,4% dos turistas da cidade são do próprio Estado e 70,5% da região Sudeste (Espírito Santo, Minas Gerais, São Paulo e Rio de Janeiro).

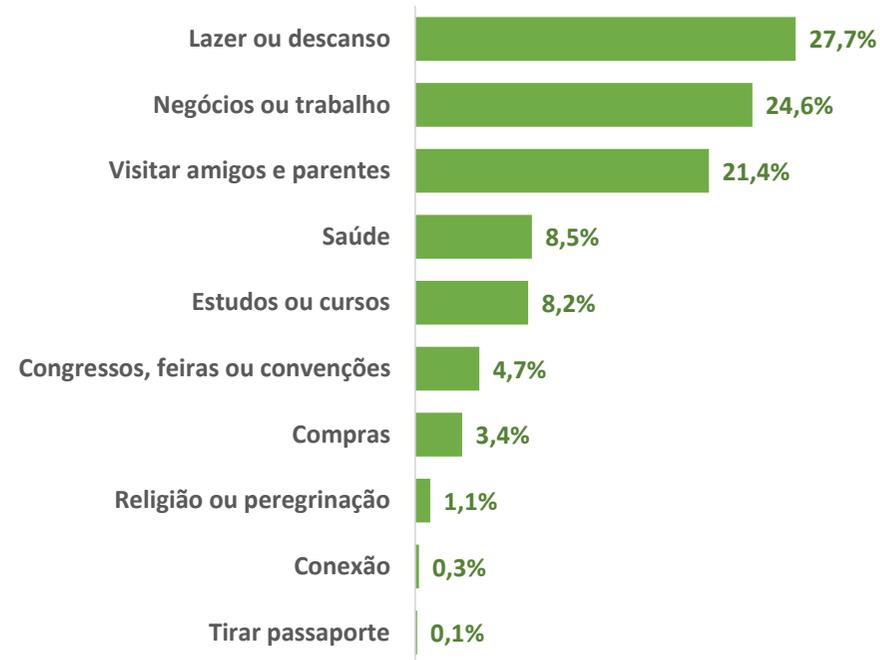
A cidade de São Paulo (8,5%) e o Rio de Janeiro (4,7%) são as capitais que apresentaram maior volume de turistas. Entre as cidades mineiras destacou-se Montes Claros (2,2%).

Entre os 3,3% dos turistas estrangeiros, destaque para turistas originários da América do Sul (1,2%).

## Motivação de viagem

### Qual foi o PRINCIPAL motivo da viagem?

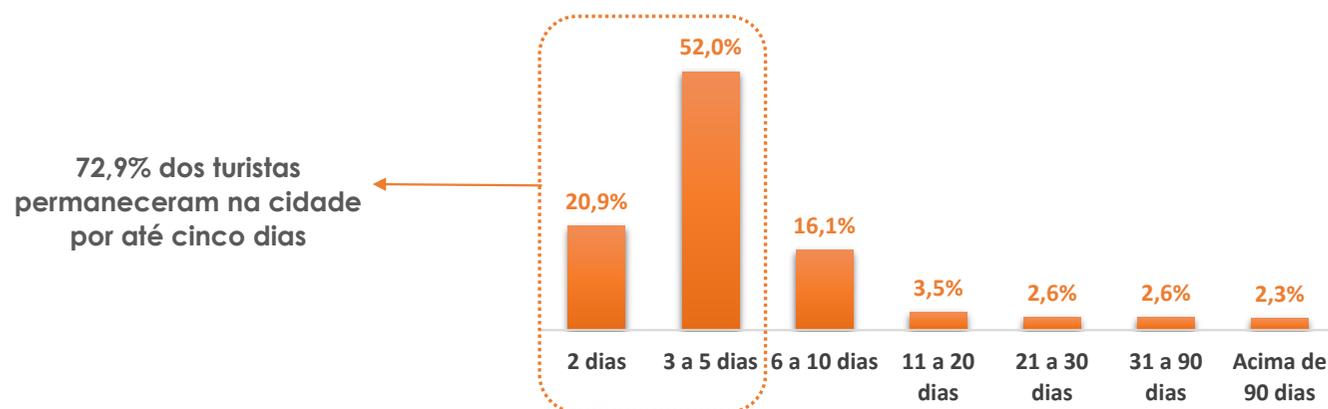
	2013	2014	2015	2017
Negócios ou trabalho	32,4%	21,8%	23,5%	24,6%
Visitar amigos e parentes	21,9%	25,7%	19,3%	21,4%
Lazer ou descanso	20,3%	11,8%	29,3%	27,7%
Estudos ou cursos	10,4%	10,4%	6,4%	8,2%
Saúde	6,5%	12,9%	8,3%	8,5%
Compras	3,9%	8,9%	5,4%	3,4%
Congressos, feiras ou convenções	2,8%	5,0%	3,9%	4,7%
Religião ou peregrinação	1,2%	0,8%	0,0%	1,1%
Outros	0,5%	2,7%	4,0%	0,4%



Assim como na última avaliação, realizada em 2015, o motivo de viagem mais relacionado pelo turista foi o lazer ou descanso (27,7%). Em Belo Horizonte, o turismo de negócios possui grande peso, sendo que 24,6% dos entrevistados vieram à cidade com esse objetivo principal. Visitas a amigos e parentes também são muito frequentes, sendo o principal motivo para a viagem de 21,4% dos turistas.

## Tempo de permanência

### Quantos dias permaneceu em Belo Horizonte?



Ano	Tempo médio de permanência (dias)
2017	8,56 ↑
2015	6,30 ↑
2014	4,76 ↑
2013	5,58

Tempo de permanência por origem	Média
Minas Gerais	7,68
Sudeste (exceto MG)	7,66
Nordeste	10,68
Sul	11,63
Norte	8,17
Centro-Oeste	6,36
América do Sul	18,67
América do Norte	17,43
Europa	15,57
África	7,00
Tempo de permanência por motivação	Média
Compras	4,28
Congressos, feiras ou convenções	4,88
Estudos ou cursos	22,58
Lazer ou descanso	5,75
Negócios ou trabalho	10,72
Religião ou peregrinação	10,88
Saúde	6,58
Visitar amigos e parentes	6,53
Tirar passaporte	2,00
Conexão	3,00

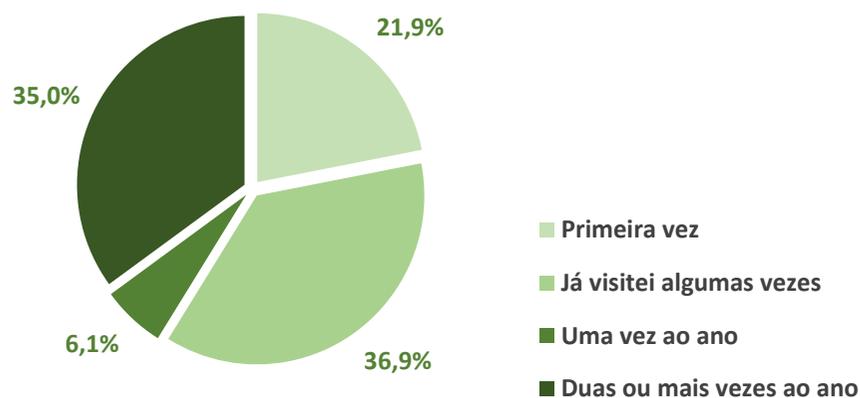
Mais da metade dos turistas permaneceram na cidade entre três e cinco dias; outros 20,9% por apenas dois dias.

Em média, o tempo de permanência na cidade foi de, aproximadamente, nove dias, valor superior ao observado no ano de 2015.

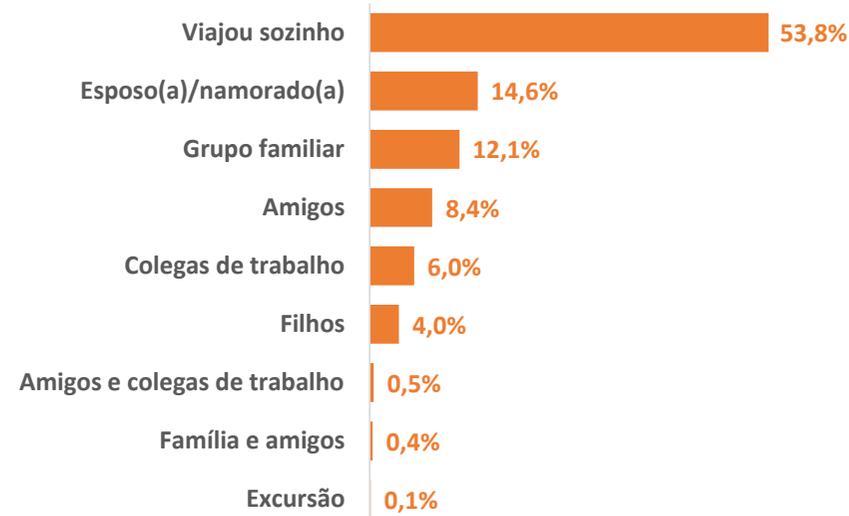
Os turistas estrangeiros são os de estadia mais extensa (15 dias, em média). Em relação à motivação de viagem, o período é mais longo para os turistas que vêm para estudar e/ou fazer cursos. Eles permanecem na cidade, em média, 23 dias.

## Perfil da viagem

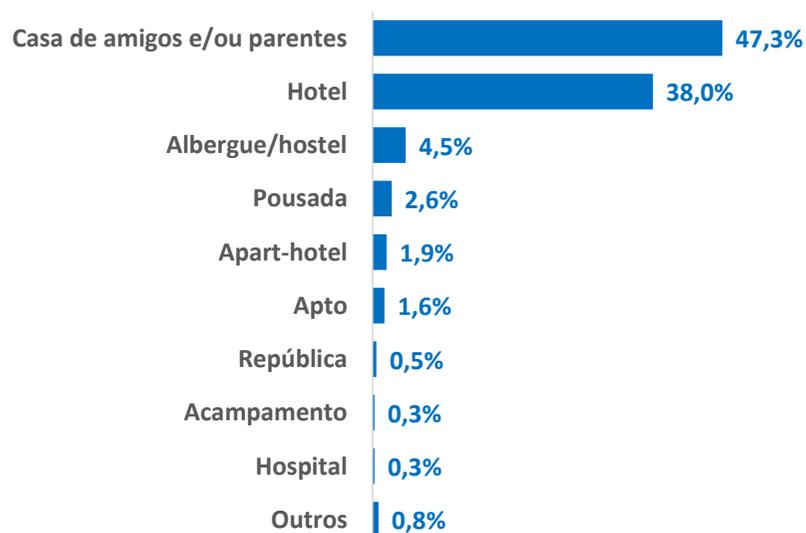
### Com que frequência visita a cidade?



### Quem o acompanha nesta viagem?



### Qual foi o meio de hospedagem utilizado? <sup>(3)</sup>



Enquanto 41,1% dos turistas visitam a cidade com frequência, pelo menos uma vez ao ano, 21,9% tiveram a sua primeira experiência na cidade.

Mais da metade viajaram sozinho, 14,6% dividiram a experiência com seu namorado(a)/esposo(a) e 12,1% viajaram com um grupo familiar.

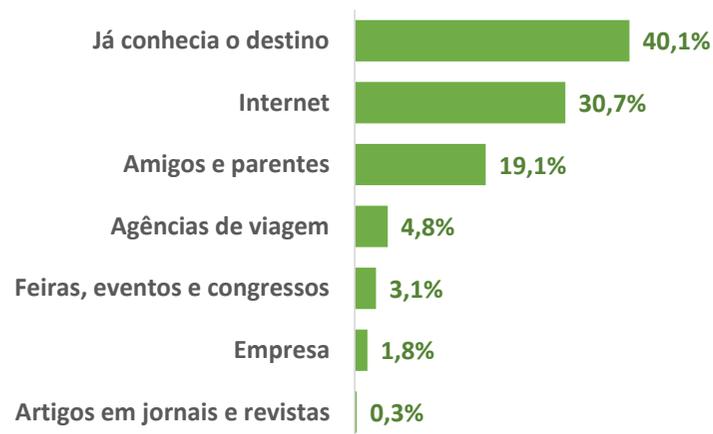
A maioria hospedou-se na casa de amigos e/ou parentes (47,3%) e outros 38,0% pernoveram nos hotéis da cidade.

<sup>(3)</sup> Questão de múltiplas respostas. Percentual de entrevistados que citou cada item.

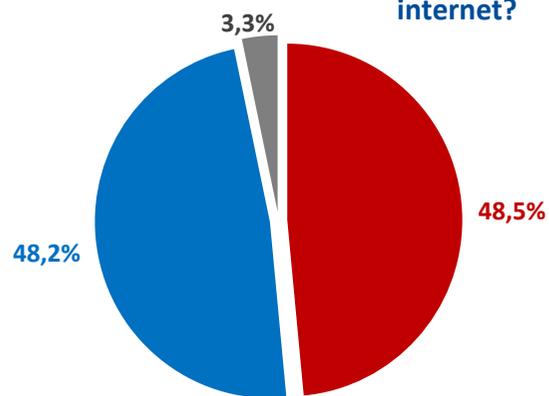
Outros: quartel, pensão, paróquia, motel, kitnet, empresa.

## Busca por informações

Qual foi sua PRINCIPAL fonte de informação para a preparação da viagem?



Durante a preparação da viagem, o(a) sr(a). procurou informações pela internet?



■ Não  
■ Sim  
■ Não sabe/não respondeu

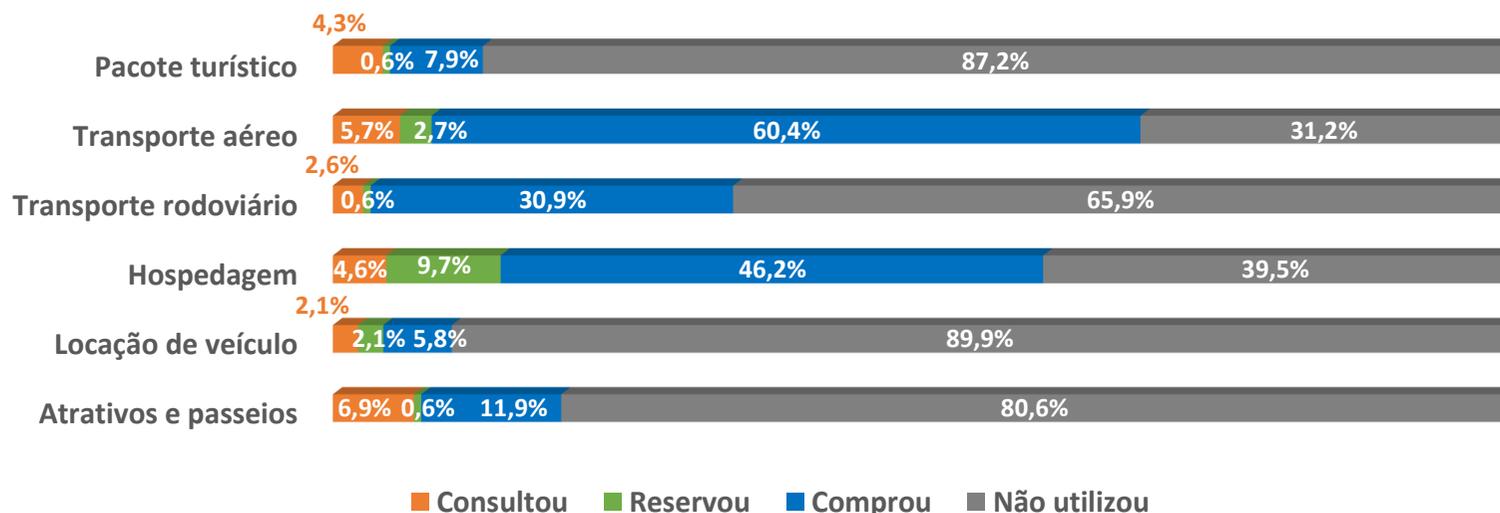
40,1% dos turistas já conheciam a cidade de Belo Horizonte e 30,7% usaram a internet como principal fonte de informação.

48,2% dos entrevistados recorreram à internet para se prepararem para a viagem. A busca se deu, principalmente, via sites e/ou aplicativos especializados.

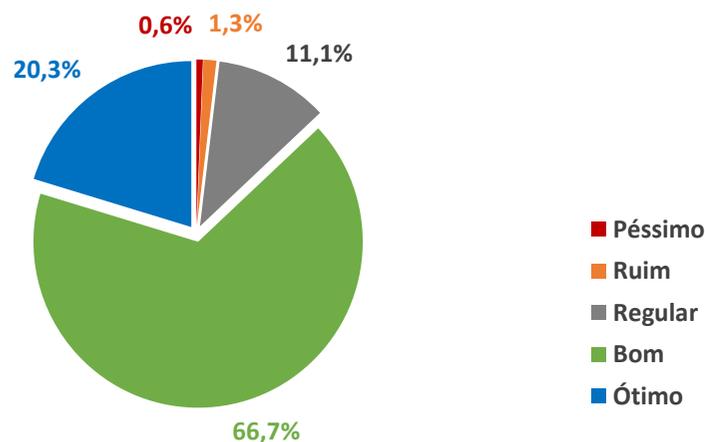
Sites e/ou aplicativos especializados	82,7%
Redes sociais	18,4%
Busca online	1,7%

## E-commerce para viagens

Consultou, reservou ou comprou algum serviço pela internet para esta viagem?



Como avalia o e-commerce para viagens?



Os itens mais procurados pela internet foram: transporte aéreo e hospedagem. Para esses itens a maior parte das buscas converteram em compra do serviço.

Entre aqueles que utilizaram a internet para a busca de informações, a maioria avalia positivamente (bom, ótimo) o comércio eletrônico para viagens (87,0%).

## Gastos nas viagens

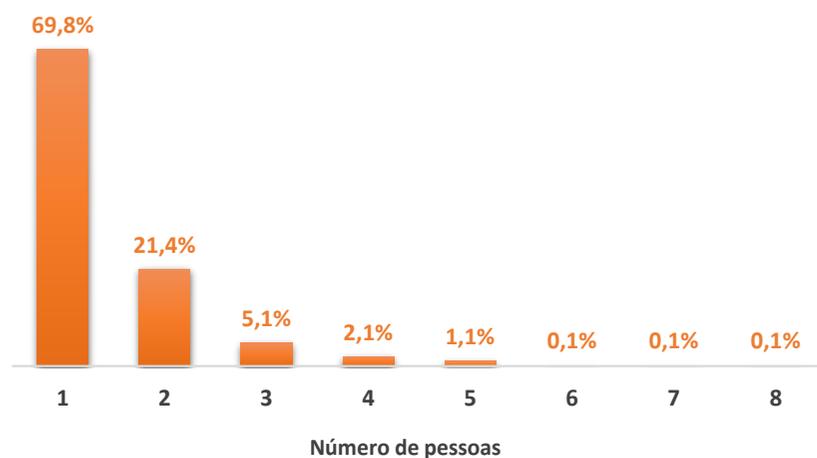
Qual o gasto médio realizado na cidade com: <sup>(4)</sup>

	2015	2017	Frequência de utilização (%)
Hospedagem	R\$ 91,66	R\$ 162,99	57,3%
Alimentação	R\$ 42,02	R\$ 73,97	87,2%
Transporte	R\$ 32,62	R\$ 58,69	82,6%
Atrativos e passeios	R\$ 31,29	R\$ 96,40	50,2%
Compras	R\$ 79,38	R\$ 186,68	65,3%
Artesanato	R\$ 30,54	R\$ 91,06	36,4%
Calçados	R\$ 47,00	R\$ 170,94	29,2%
Saúde e beleza		R\$ 183,45	34,1%
Vestuário	R\$ 55,70	R\$ 208,01	38,0%

<sup>(4)</sup> Gasto médio individual por dia de viagem. Considera apenas os turistas que consumiram os itens.

A frequência de utilização é o percentual de turistas que usaram o item durante a viagem.

### Em relação aos gastos com a sua viagem, quantas pessoas estão incluídas?



Os gastos na cidade foram, em valores nominais, aproximadamente, o dobro nos itens avaliados pela pesquisa, frente à avaliação de 2015.

A maioria dos turistas tiveram gastos com alimentação (87,2%) e transporte (82,6%) durante sua estadia na cidade.

Aproximadamente 70% dos turistas foram responsáveis apenas pelos próprios gastos.

## Avaliação da cidade

Avalie a qualidade dos itens abaixo: <sup>(5)</sup>

		2013	2014	2015	2017	Frequência de utilização (%)
<b>Infraestrutura</b>	Sinalização turística	3,34	3,24	3,70	3,78	92,1%
	Limpeza urbana	3,12	2,81	3,25	3,46	99,6%
	Segurança pública	3,23	2,88	3,31	3,51	97,8%
	Transporte coletivo	2,90	2,75	2,94	3,55	54,4%
	Táxi	3,94	3,79	3,92	4,07	68,1%
	Serviço de telefonia móvel	3,79	3,54	3,81	4,15	96,1%
	Acesso wi-fi	3,48	3,17	3,45	3,73	71,0%
	Espaço para eventos		3,81	3,95	4,17	41,8%
<b>Serviços</b>	Guia de turismo	3,40	3,59	3,56	3,93	11,1%
	Informações turísticas	3,85	3,67	3,95	3,95	33,6%
	Diversão noturna	3,97	4,12	4,27	4,34	55,5%
	Hospedagem	4,18	4,07	4,12	4,25	56,9%
	Gastronomia	4,45	4,42	4,43	4,51	92,8%
<b>Atendimento</b>	Agências de viagem	3,87	3,70	3,80	4,13	21,3%
	Atrativos turísticos	3,88	3,87	3,92	4,23	49,0%
	Bares/restaurantes	4,03	4,19	4,23	4,32	81,5%
	Casas de câmbio	3,40	3,59	3,56	4,07	11,9%
	Comércio	3,90	3,98	4,13	4,15	79,1%
	Locadora de veículos	3,71	3,94	4,02	4,19	13,7%

<sup>(5)</sup> Notas variam de 1 a 5, sendo 1 péssimo e 5 ótimo.

A posição das setas indica o ocorrido em relação ao ano anterior.

A frequência de utilização é o percentual de turistas que usaram o item durante a viagem.

Os turistas foram orientados a avaliar itens em relação à infraestrutura da cidade, aos serviços oferecidos e ao atendimento em alguns locais. As notas acima variam de 1 a 5, sendo que, quanto maior o valor, melhor a avaliação.

Todos os itens avaliados obtiveram notas iguais ou superiores à avaliação do ano de 2015. A maior nota foi atribuída à gastronomia (4,51 pontos).

## Atrativos turísticos



### Ranking dos atrativos <sup>(6)</sup>

<b>MAIS gostou</b>	<b>%</b>	<b>MENOS gostou</b>	<b>%</b>
Mercado Central	17,6%	Região Central/Entorno da rodoviária	53,1%
Bares e restaurantes	15,5%	Parque Municipal	9,9%
Conj. Arquitetônico da Pampulha	12,5%	Conj. Arquitetônico da Pampulha	4,9%
Praça da Liberdade	5,5%	Mercado Central	4,3%
Parque Municipal	5,3%	Zoológico	3,7%
Museus	5,1%	Praça do Papa	3,7%
Shopping center	4,5%	Shopping center	3,1%
Mineirão	3,9%	Praça da Estação	2,5%
Feira de Arte e Artesanato (Av. Afonso Penc	3,3%	Parque dos Mangabeiras/Mirante	1,9%
Boates/Casa de show	2,9%	Praças	1,9%
Parque Mangabeiras/Mirante	2,9%	Cidade do Galo	1,2%
Centro Cultural Banco do Brasil	2,4%	Aeroporto de Confins	1,2%
Praças	1,8%	Bares e restaurantes	1,2%
Região Central/Praça Sete	1,6%	Viaduto Sta Tereza	1,2%
Savassi	1,4%	Feiras	0,6%
Zoológico	1,2%	Mineirão	0,6%
Inhotim	1,2%	Estádio de futebol	0,6%
Circuito Cultural Praça da Liberdade	1,2%	Savassi	0,6%
Arborização/Paisagens	0,8%	Praça Rio Branco	0,6%
Praça do Papa	0,8%	Oiapoque	0,6%

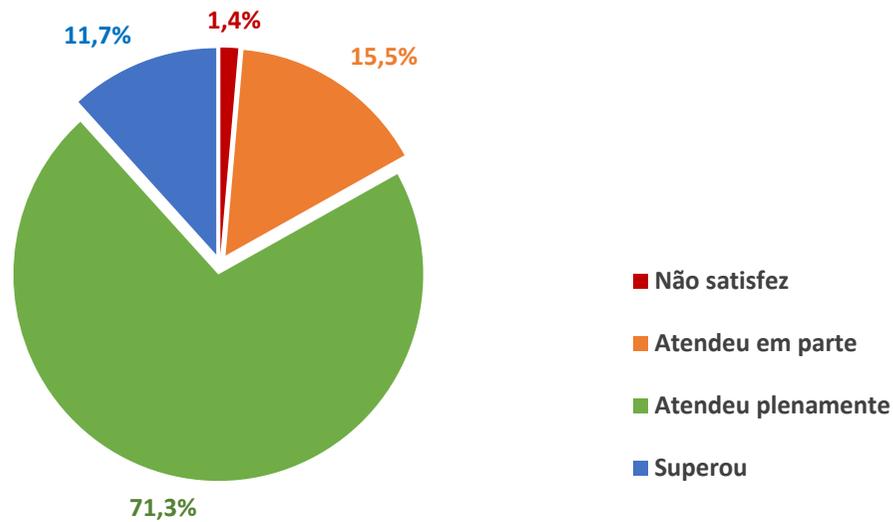
<sup>(6)</sup> Ranking dos 20 atrativos mais citados

Os turistas foram orientados, espontaneamente, a indicar o atrativo turístico que mais gostou na cidade. O Mercado Central se destacou entre os bons atrativos (17,6%), seguido pelos bares e restaurantes da cidade (15,5%).

Seguindo a mesma orientação, os turistas indicaram os atrativos que menos gostaram durante a sua experiência turística. Mais da metade dos entrevistados indicaram a região Central e o entorno da rodoviária.

## Expectativas do turista

O que achou dessa viagem, de acordo com suas expectativas?



A expectativa dos turistas foi superada em 11,7% das experiências na cidade; atendeu plenamente em 71,3% dos casos; e atendeu, em parte, em 15,5%. Apenas 1,4% não tiveram as expectativas atendidas.

93,6% dos turistas pretendem voltar à cidade

## Metodologia

A coleta de dados se deu por meio de um questionário estruturado com perguntas espontâneas e estimuladas com o objetivo de identificar a satisfação do turista durante a sua estadia na cidade de Belo Horizonte.

Foram entrevistados 737 turistas, ou seja, somente aquelas pessoas que não moram em Belo Horizonte e que pernoveram, pelo menos, uma vez, na cidade. O período de aplicação foi entre os dias 6 e 12 de novembro de 2017. As entrevistas foram individuais e os questionários foram aplicados nos principais portões de entrada/saída da capital: Terminal Rodoviário (38,9%), Aeroporto Internacional de Belo Horizonte - BH Airport (17,5%), Conexão Aeroporto (4,2%), além de pontos estratégicos com concentração de turistas, como Mercado Central (21,2%), Circuito Cultural Praça da Liberdade (14,8%) e Feira Hippie (3,4%). A amostra foi definida por meio de amostragem aleatória simples. O intervalo de confiança da amostra é de 95% e a margem de erro de 4,0 pontos percentuais. Alguns resultados podem não fechar em 100% devido aos arredondamentos e em função das perguntas de múltipla resposta.

Este material está liberado para reprodução, responsabilizando-se o usuário integralmente e a qualquer tempo pela adequada utilização das informações, estando ciente de que pode vir a ser responsabilizado por danos morais e materiais decorrentes do uso, reprodução ou divulgação indevida, isentando a Fecomércio MG e a Belotur de qualquer responsabilidade a esse respeito.

Por fim, fica o usuário ciente da obrigatoriedade de, por ocasião da eventual divulgação das referidas informações, mencionar a Fecomércio MG e a Belotur como fontes de informação.

## Equipe Técnica

### Sistema Fecomércio MG

**Presidente** Lázaro Luiz Gonzaga

#### Estudos Econômicos

Responsável	Guilherme Lucas Moreira Dias Almeida
Analista de pesquisa	Elisa Castro da Mata Ferreira
Assistente administrativo	Dayanne Jéssica da Silva Mendes
Pesquisadores	Bruno Alisson Batista Gomes
	Filipe do Nascimento Souza
	Joyce do Nascimento Silva
	Sara Angela dos Santos
Jovem aprendiz	Lara Oliveira Lopes

#### Núcleo de Turismo

Responsável	Danilo Menezes Manna
Analista de turismo	Milena Teixeira Soares

#### Sesc

Responsável	Meyre Hilda de Faria Ribeiro e Almeida	
Pesquisadores	Aldo Matias	Marcos dos Santos
	Ana Alvarenga	Marcus de Souza
	Camila Caldeira	Sandro Santos
	Edson Santana	Ranielly de Souza
	Felipe Rezende	Raphaela Silva
	Fernanda de Freitas	Roberta Raphael
	Gabriel de Melo	Stephanie de Freitas
	Gleice Ferreira	Tháís Moreira
	Jaqueline Rocha	Vâner Lazaro
	Karina Hilário	Wanderson Cordeiro
	Leonardo Gualberto	Weder Martins
	Lilian Martins	

### Belotur

**Presidente** Aluizer Malab Barbosa do Nascimento

#### Diretoria de Políticas de Turismo e Inovação

Marcos Boffa	José Geraldo Dolabela
Eduardo Cruvinel	Maria Thereza Saez
Idelaine Capanema	Neiva Duarte



Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo  
do Estado de Minas Gerais.  
Rua Curitiba, 561, Centro, Belo Horizonte, MG.  
CEP 30170-120 | TEL + 55 31 3270 3324  
economia@fecomercomg.org.br |  
www.fecomercomg.org.br

Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte - Belotur  
Rua da Bahia, 888, Centro, Belo Horizonte, MG.  
CEP 30160-011 | TEL + 55 31 3277 9701  
pesquisa.belotur@pbh.gov.br |  
www.belohorizonte.mg.gov.br | www.pbh.gov.br

