



Avaliação e Desenvolvimento de Serviços e
Experiências em Destinos e Atrativos turísticos

PESQUISA NACIONAL DE AVALIAÇÃO DA QUALIDADE DE SERVIÇOS TURÍSTICOS

RELATÓRIO FINAL



Rede Brasileira de
Observatórios de
Turismo

COORDENAÇÃO GERAL

PROF. DR. TIAGO SAVI MONDO



APRESENTAÇÃO

Temos o prazer e o orgulho de apresentar os resultados da primeira edição da Pesquisa Nacional de Avaliação da Qualidade de Serviços Turísticos. O documento aqui apresentado simboliza um significativo esforço da Rede Brasileira de Observatórios na construção, comunicação, captação de respostas e análise de dados do turismo brasileiro.

Além disso, simboliza a consolidação da Rede, idealizada pelo saudoso Prof. Dr José Manoel Gonçalves Gândara, quem homenageamos aqui.

A Pesquisa objetivou avaliar a qualidade de serviços percebida por turistas e visitantes em atrativos turísticos brasileiros. No tópico de procedimentos metodológicos apresentaremos em detalhes essas questões.

É importante salientar que a pesquisa conseguiu coletar avaliações de 223 atrativos turísticos diferentes de 14 estados do Brasil. Uma das maiores e mais amplas pesquisas de demanda da história do turismo brasileiro.

A ferramenta metodológica que utilizamos foi o Tourqual. O conjunto de indicadores de qualidade do modelo proporcionou uma visão adequada da qualidade percebida dos turistas/visitantes e entregou aos gestores dos atrativos informações valiosas para tomada de decisões em melhoria.

O relatório apresenta dados da demanda, a avaliação dos indicadores Tourqual e a avaliação por segmento. Por fim, apresentamos nossas considerações finais e o que imaginamos que possam ser estratégias futuras, no âmbito nacional. As conclusões e análises estaduais e individuais de cada atrativo serão realizadas pelos Observatórios ou a base de dados entregue ao atrativo.

Estamos planejando a segunda edição, dessa vez permanente, gratuita aos empreendimentos turísticos, proporcionando recursos informacionais para tomada de decisão na empresa turística, no destino, no estado e uma visualização real da qualidade de serviços turísticos percebida no turismo nacional.

O desafio está lançado! Meus agradecimentos a todos os Observatórios da Rede que contribuiram com essa pesquisa e já se colocaram a disposição para contribuir com as seguintes! Estamos juntos!

Muito obrigado ao turismo brasileiro!



Prof. Dr. Tiago Savi Mondo – Coordenador Geral da Pesquisa

MENSAGEM DA REDE BRASILEIRA DE OBSERVATÓRIOS DE TURISMO

Os observatórios de turismo hoje levantam e sistematizam informações, portanto, são de extrema importância para o desenvolvimento dos destinos turísticos Brasileiros. O uso de dados se faz necessário para uma gestão mais estratégica e assertiva. O fato dos Observatórios possuírem expertise no desenvolvimento de pesquisas facilita o tratamento das informações e subsidia as decisões gerenciais a partir de indicadores.

Em 2021 a Rede Brasileira de Observatórios de turismo firmou uma parceria com o sistema de protocolos para avaliação da qualidade e desenvolvimento de serviços e experiências o Tourqual com o objetivo de desenvolver uma Pesquisa Nacional de avaliação da qualidade de serviços turísticos.

O envolvimento dos Observatórios no projeto resultou em 4.450 questionários válidos referentes a 223 atrativos em todo o Brasil. Muito importante ressaltar o trabalho valoroso de Maria Thereza Saez, representante do Observatório de Turismo de Belo Horizonte que acompanhou e deu todo o suporte aos processos desta pesquisa.

Fica aqui nosso (RBOT) muito obrigada ao Professor Tiago Savi Mondo, criador do Tourqual, que nos proporcionou por meio desta experiência participar de uma pesquisa integrada, que investigou a satisfação e a qualidade percebida dos turistas nos atrativos brasileiros.

Rede Brasileira dos Observatórios de Turismo RBOT

Giovanna Tavares

MENSAGEM DA ORGANIZAÇÃO DO VI ENCONTRO DA REDE BRASILEIRA DE OBSERVATÓRIOS DE TURISMO

OBSERVATÓRIO POTIGUAR DE TURISMO – OPOTUR-RN

Foi com grande satisfação que a cidade do Natal/RN pôde sediar o VI Encontro da Rede Brasileira dos Observatórios de Turismo (RBOT) nos dias 06, 07 e 08 de julho de 2022, onde foi apresentada, no dia 08, a Pesquisa Nacional de Avaliação da Qualidade dos Serviços Turísticos, realizada pela Tourqual, que avaliou 223 atrativos turísticos, em 14 estados brasileiros.

Esses atrativos foram divididos por segmento de atuação, como Museus ou Centros de Cultura, Feiras e Mercados Públicos, Parques Estaduais e Municipais, Hotéis e Pousadas, Praias, Atrativos Históricos, Naturais etc.

A pesquisa também avaliou indicadores de qualidade dos atrativos como acesso/estacionamento, disponibilidade e limpeza de banheiros, filas de entrada, facilidade de compra, diversão/entretenimento, estética, fuga da rotina, segurança interna, percepção do preço, infraestrutura, sinalização interna, tecnologia e limpeza.

O VI Encontro da RBOT, onde foi apresentado o relatório final do estudo, foi organizado pelo Observatório Potiguar do Turismo e pela Universidade do Estado do Rio Grande do Norte, com o objetivo de realizar um intercâmbio de metodologias de pesquisa aplicadas à área do Turismo no Brasil, bem como fomentar o conhecimento sobre o tema para estudantes e profissionais que atuam no setor, por meio de palestras e grupos de trabalho.

Desejamos a todos uma boa leitura da pesquisa e que a mesma possa municiar os municípios turísticos e seus atrativos a respeito de uma melhor prestação dos serviços ofertados, com mais qualidade e altivez.

Prof. Dr. Sidcley Alegrini

Universidade Estadual do Rio Grande do Norte – UERN

OPOTUR

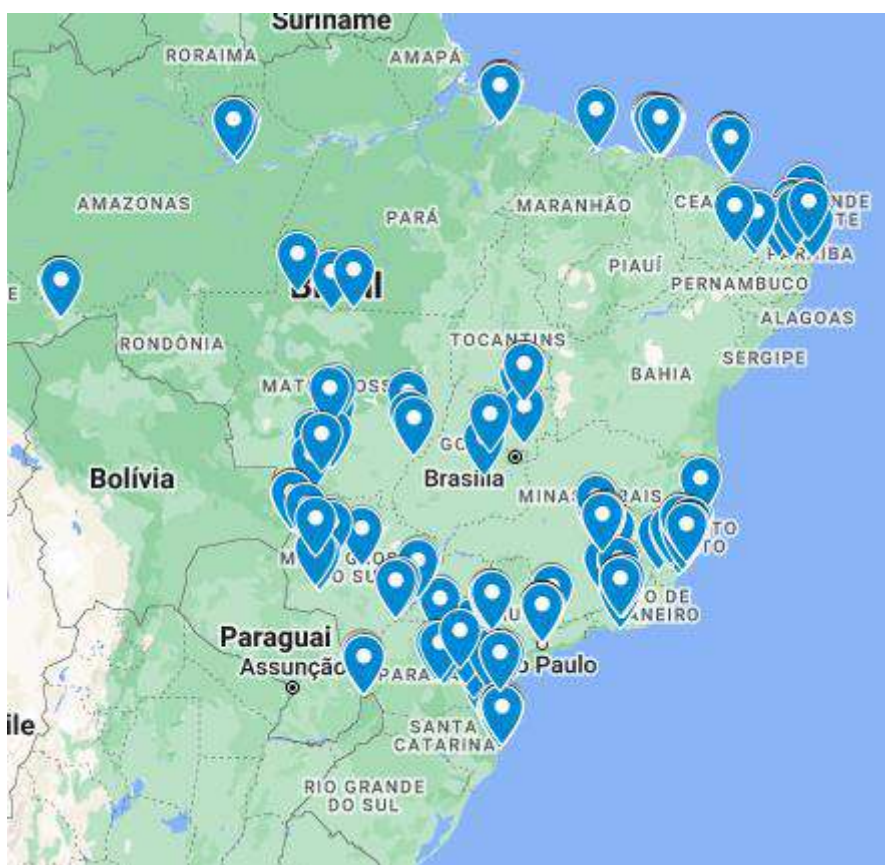
VI Encontro da Rede Brasileira de Observatórios de Turismo

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Essa pesquisa classifica-se como descritiva, quantitativa e do tipo pesquisa de campo. Foi idealizada no primeiro semestre de 2021, quando apresentada para a Rede Brasileira de Observatórios de Turismo para identificação dos procedimentos aqui apresentados.

A partir da reunião de apresentação da ideia da pesquisa os Observatórios ficaram de analisar a demanda e o formato da pesquisa. Após essa definição, foi aberto um questionário para adesão à pesquisa, onde os Observatórios locais tinham a missão de captar atrativos que quisessem participar da pesquisa.

O trabalho de captação foi realizado de diferentes formas. Ao todo, chegamos a um total de 255 atrativos, sendo que 223 obtiveram pelo menos uma avaliação de turistas/visitantes.



Após a lista de atrativos participantes, desenvolvemos os questionários na plataforma QuestionPro, elaborando o link e QRCode para acesso ao questionário, que foram estaduais e o turista deveria escolher, de acordo com a lista apresentada, o atrativo que estava avaliando.

Elaboramos também questionários em inglês e espanhol, mas tivemos poucas respostas (33).

Como o Tourqual é um conjunto de indicadores onde os mesmos não são dependentes, tivemos diferentes quantitativos de respostas para cada indicador. Porém, podemos inferir que cerca de 4500 turistas/visitantes responderam satisfatoriamente o questionário.

No local do atrativo foram fixados cartazes, banners, informativos com o link e o QRCode do questionário. Em alguns locais não foram realizadas intervenções de convite ao preenchimento. Em outras, existiu essa intervenção e em poucos, os próprios funcionários aplicaram os questionários com entrevista.

Os dados foram compilados em Excel e transferidos para o Software SPSS para desenvolvimento da estatística descritiva aqui apresentada.

Os dados locais foram enviados para cada Observatório desenvolver sua estatística específica ou enviar as respostas individuais a cada atrativo. Nosso objetivo com o relatório nacional é proporcionar uma visão geral sobre a pesquisa.

Ainda desenvolveremos um artigo científico, com estatística inferencial e validação da Escala Tourqual. Mas, por ora, acreditamos que os procedimentos metodológicos descritivos atendem ao requisitado pelos membros da RBOT.

DADOS GERAIS DA AMOSTRA

As tabelas serão apresentadas sem numeração, e com análise somente de questões destacadas.

Os atrativos mais presentes na amostra da pesquisa são de 6 estados brasileiros (89,7%). São Paulo, onde a Japan House capitaneou boa parte das respostas da pesquisa – quase 1500 – Ceará, Mato Grosso, Paraná, Espírito Santo e Amazonas. Os outros estados tiveram poucas respostas.

Estado do Atrativo

	Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido				
São Paulo (SP)	1700	38,2	38,2	38,2
Ceará (CE)	946	21,3	21,3	59,5
Mato Grosso (MT)	580	13,0	13,0	72,6
Paraná (PR)	380	8,5	8,5	81,1
Espírito Santo (ES)	238	5,4	5,4	86,5
Amazonas (AM)	144	3,2	3,2	89,7
Mato Grosso do Sul (MS)	97	2,2	2,2	91,9
Minas Gerais (MG)	83	1,9	1,9	93,8
Rio Grande do Norte (RN)	77	1,7	1,7	95,5
Paraíba (PB)	69	1,6	1,6	97,1
Rio de Janeiro (RJ)	47	1,1	1,1	98,1
Goiás (GO)	36	,8	,8	98,9
Piauí (PI)	30	,7	,7	99,6
Maranhão (MA)	18	,4	,4	100,0
Total	4445	100,0	100,0	

Buscamos classificar os atrativos participantes conforme sua oferta turística. Utilizamos o proposto por Swarbrooke (2002). Em virtude da Japan House obter mais de 1500 respostas, o segmento de Museus / Casas Culturais foi o mais representativo na amostra total (39,7%). Destaca-se ainda os Mercados Públicos ou feiras (18,8%) e os Parques espalhados por todo o país (10,9%).

Classificação do Segmento de Oferta do Atrativo

		Frequência	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Museu / Casa ou Centro Cultural	1741	39,7	39,7
	Mercado Público ou Feira	823	18,8	58,5
	Parque	476	10,9	69,3
	Pousada / Hotel	405	9,2	78,6
	Praia	307	7,0	85,6
	Atrativo Natural	159	3,6	89,2
	Monumento / Atrativo Histórico	158	3,6	92,8
	Santuário / Igreja/ Monumento Religioso	60	1,4	94,2
	Teatro	53	1,2	95,4
	Farol	48	1,1	96,5
	Bar	46	1,0	97,5
	Estação Biológica / Jardim Botânico	45	1,0	98,5
	Porto / Orla	26	,6	99,1
	Centro Histórico	18	,4	99,5
	Cervejaria / Fábrica	14	,3	99,9
	Restaurante	4	,1	100,0
	Aldeia	2	,0	100,0
	Total	4385	100,0	
Ausente	Sistema	60		
Total		4445		

Optamos por apresentar a lista de atrativos participantes em ordem decrescente de número de respostas.

Número de respostas válidas de cada atrativo participante

		Frequência	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	São Paulo - Japan House	1375	31,4	31,4
	Fortaleza - Mercado Central de Fortaleza	468	10,7	42,0
	Barra do Garças - Fazenda Recanto da Serra	189	4,3	46,3
	Fortaleza - Beira Mar de Fortaleza - Mercado dos Peixes	161	3,7	50,0
	Fortaleza - Feirinha da Beira Mar de Fortaleza	145	3,3	53,3
	Fortaleza - Praia do Futuro - Barracas de Praia Marulhos e Terra do Sol	121	2,8	56,1
	Curitiba - Torre Panorâmica	101	2,3	58,4
	Praia de Ponta Negra	77	1,8	60,1
	Barra do Garças - Parque Estadual da Serra Azul	74	1,7	61,8
	Nova Xavantina - Cachoeira da Saudade	60	1,4	63,2
	Guarantã do Norte - Rancho Serra do Cachimbo	59	1,3	64,5
	Nobres - Reino Encantado	56	1,3	65,8
	Manaus - Teatro Amazonas	53	1,2	67,0
	Foz do Iguaçu - Parque Nacional do Iguaçu	53	1,2	68,2
	Chapada dos Guimarães - Parque Nacional da Chapada dos Guimarães	52	1,2	69,4
	Presidente Epitácio - Balneário Municipal O Figueiral	50	1,1	70,6
	São Paulo - Pinacoteca de São Paulo	48	1,1	71,7
	Fortaleza - Pirata Bar	46	1,0	72,7
	Vila Velha - Farol Santa Luzia	42	1,0	73,7
	Poconé - SESC Pantanal	40	,9	74,6
	Aracruz - Museu Histórico de Santa Cruz	36	,8	75,4
	São Paulo - Museu da Língua Portuguesa	34	,8	76,2
	Extrema - Parque Municipal Cachoeira do Jaguari	30	,7	76,9
	Jardim - Buraco das Araras	30	,7	77,5

Manaus - Museu da Amazônia- MUSA	29	,7	78,2
Campo Grande - Feira Central	29	,7	78,9
Foz do Iguaçu - Parque das Aves	27	,6	79,5
Quatro Barras - Parque Estadual Serra da Baitaca	26	,6	80,1
São Paulo - Centro Cultural Banco do Brasil	26	,6	80,7
Extrema - Parque Municipal Cachoeira do Salto	24	,5	81,2
Morretes - Parque Estadual Pico do Marumbi	24	,5	81,8
Presidente Epitácio - Orla Fluvial	24	,5	82,3
Manaus - Museu da Cidade de Manaus-MuMa	23	,5	82,8
Serra - Igreja e Residência Reis Magos	23	,5	83,4
Campina Grande do Sul - Parque Estadual Pico Paraná	22	,5	83,9
Rosana – Mirante	22	,5	84,4
Rosário Oeste - Parque SESC Serra Azul	21	,5	84,8
São Paulo - Museu do Futebol	21	,5	85,3
Igarapé - Museu do Seringal - AM	20	,5	85,8
Aracruz - Parque Natural Municipal do Aricanga	19	,4	86,2
Aracruz - EBMAR - Estação Biologia Marinha Augusto Ruschi	18	,4	86,6
São Luís - Centro Histórico	18	,4	87,0
São Paulo - Instituto Moreira Salles	18	,4	87,4
Rosana – Balneário	17	,4	87,8
Manaus - Mercado Adolpho Lisboa	16	,4	88,2
Foz do Iguaçu - Marco das Três Fronteiras	16	,4	88,6
Castelo - Parque Estadual de Forno Grande	15	,3	88,9
Londrina - Parque Arthur Thomas	15	,3	89,2
São Paulo - Museu da Imigração	15	,3	89,6
Domingos Martins - Casa da Cultura	14	,3	89,9
Guarapari - Parque Estadual Paulo César Vinha	14	,3	90,2

Pirenópolis - Mosteiro Zen Budista Eishō-ji Cachoeira dos Dragões	14	,3	90,5
Guarapari - Praia do Morro	13	,3	90,8
Alta Floresta - Cristalino Lodge	13	,3	91,1
Foz do Iguaçu - Itaipu Binacional	13	,3	91,4
Formosa - Parque Municipal Salto do Itiquira	11	,3	91,7
Ponta Grossa - Parque Estadual de Vila Velha	11	,3	91,9
Petrópolis - Cervejaria Colonus	11	,3	92,2
Rosana – Horto	11	,3	92,4
Domingos Martins - Portal de entrada da Cidade e Casa do Artesanato	10	,2	92,7
Paranaguá - Ilha do Mel	10	,2	92,9
ES Alegre - Parque Estadual da Cachoeira da Fumaça	9	,2	93,1
Goiânia - Centro Cultural Oscar Niemeyer	9	,2	93,3
Curitiba - Memorial Paranista	9	,2	93,5
São Paulo - Museu Catavento	9	,2	93,7
Parnaíba - Lagoa do Portinho	8	,2	93,9
Ponta Grossa - Buraco do Padre	8	,2	94,1
Vitória - Palácio Anchieta	7	,2	94,2
Belo Horizonte - Parque das Mangabeiras	7	,2	94,4
Bonito - Gruta do Lago Azul	7	,2	94,5
Baía da Traição - Praia Baía da Traição	7	,2	94,7
Parnaíba - Museu do Mar Porto das Barcas	7	,2	94,9
Curitiba - Jardim Botânico	7	,2	95,0
Belo Horizonte - Zoobotânica	6	,1	95,2
Apiacás - Teles Pires Lodge	6	,1	95,3
João Pessoa - Farol do Cabo Branco no Extremo Oriental das Américas	6	,1	95,4
João Pessoa - Hotel Globo	6	,1	95,6
Lapa - Parque Estadual do Monge	6	,1	95,7
Prudentópolis - Monumento Natural Salto São João	6	,1	95,8

Belo Horizonte - Museu Casa Kubitschek	5	,1	96,0
Guarabira - Santuário de Frei Damião	5	,1	96,1
Prudentópolis - RPPN Ninho do Corvo	5	,1	96,2
Petrópolis - Catedral São Pedro de Alcântara	5	,1	96,3
Vila Velha - Convento da Penha	4	,1	96,4
Bonito - Recanto Ecológico Rio da Prata	4	,1	96,5
Bonito - Rio Sucuri	4	,1	96,6
João Pessoa - Piscinas Naturais do Seixas em João Pessoa	4	,1	96,7
Areia - Restaurante Rural Vó Maria	4	,1	96,8
Conde - Praia de Coqueirinho	4	,1	96,9
Luís Correia - Praia do Carnaubinha	4	,1	96,9
Petrópolis - Museu Casa do Colono	4	,1	97,0
Petrópolis - Museu do Artesanato - Casa de Cultura Cocco Barçante	4	,1	97,1
Petrópolis - Parque Municipal de Petrópolis Prefeito Paulo Rattes	4	,1	97,2
Petrópolis - Parque Nacional da Serra dos Órgãos - ICMBio	4	,1	97,3
Petrópolis - SESC-Quitandinha	4	,1	97,4
Avaré – Balneário	4	,1	97,5
Aracruz - Praia dos Padres	3	,1	97,6
Belo Horizonte - Casa do Baile - Centro de Referência de Arquitetura, Urbanismo e Design	3	,1	97,6
Bonito - Estância Mimosa	3	,1	97,7
Bonito - Nascente Azul	3	,1	97,8
João Pessoa - Centro Cultural São Francisco em João Pessoa	3	,1	97,8
João Pessoa - Parque Sólon de Lucena no Centro Histórico	3	,1	97,9
Areia - Engenho Triunfo	3	,1	98,0
Cabedelo - Pôr do Sol da Praia do Jacaré	3	,1	98,0
Luís Correia - Complexo Turístico SESC Praia	3	,1	98,1

Parnaíba - Casarão de Simplício Dias	3	,1	98,2
Curitiba - Museu Oscar Nienmayer	3	,1	98,2
Avaré – Fábrica de Doce de Leite	3	,1	98,3
Avaré – Horto	3	,1	98,4
Aracruz - Aldeia Temática Tekoá Mirim	2	,0	98,4
Aracruz - Praia de Barra do Sahy	2	,0	98,5
Vila Velha - Casa da Memória	2	,0	98,5
Vila Velha - Igreja do Rosário	2	,0	98,6
Belo Horizonte - Museu da Moda-MUMO	2	,0	98,6
Belo Horizonte - Parque da Serra do Curral	2	,0	98,7
Aquidauana - Pousada Aguapé	2	,0	98,7
Bonito - Parque Ecológico de Bonito	2	,0	98,7
Corumbá - Orla Portuária	2	,0	98,8
João Pessoa - Mercado de Artesanato Paraibano	2	,0	98,8
João Pessoa - Praia de Tambaú	2	,0	98,9
Cabaceiras - Lajedo de Pai Matheus	2	,0	98,9
Conde - Shopping Rural Tambaba	2	,0	99,0
Patos - Parque Religioso Cruz da Menina	2	,0	99,0
Ilha Grande do Piauí - Porto dos Tatus Delta do Parnaíba	2	,0	99,1
Paranaguá - Museu de Arqueologia e Etonogia	2	,0	99,1
Prudentópolis - Parque Estadual da Serra da Esperança	2	,0	99,2
Rio de Janeiro - Instituto Moreira Salles	2	,0	99,2
Petrópolis - Casa de Petrópolis Instituto de Cultura	2	,0	99,2
Petrópolis - Centro Cultural Estação Nogueira	2	,0	99,3
Petrópolis - Museu Imperial	2	,0	99,3
Anchieta - Santuário Nacional São José de Anchieta	1	,0	99,4
Conceição da Barra - Parque Estadual de Itaúnas	1	,0	99,4

Domingos Martins - Parque Estadual de Pedra Azul	1	,0	99,4
Alto Paraíso de Goiás - Parque Nacional da Chapada dos Veadeiros	1	,0	99,4
Belo Horizonte - Parque Ecológico da Pampulha	1	,0	99,5
Aquidauana - Pousada Pequii	1	,0	99,5
Bonito - Lagoa Misteriosa	1	,0	99,5
Corumbá - Cristo Rei	1	,0	99,5
Corumbá - Jungle Lodge	1	,0	99,5
Corumbá - Pousada Xaraes	1	,0	99,6
Miranda - San Francisco	1	,0	99,6
Poconé - Aymara Lodge	1	,0	99,6
Alagoa Grande - Engenho Volúpia	1	,0	99,6
Araruna - Parque Estadual da Pedra da Boca	1	,0	99,7
Bananeiras - Igreja de Nossa Senhora do Livramento	1	,0	99,7
Campina Grande - Memorial do Maior São João do Mundo	1	,0	99,7
Campina Grande - Museu de Arte Popular da Paraíba	1	,0	99,7
Conde - Praia Naturista de Tambaba	1	,0	99,7
Mataraca - Praia Barra de Camaratuba	1	,0	99,8
Matureia - Parque Estadual Pico do Jabre	1	,0	99,8
Sousa - Vale dos Dinossauros	1	,0	99,8
Cajueiro da Praia - Praia de Barra Grande	1	,0	99,8
Luís Correia - Praia de Atalaia	1	,0	99,9
Parnaíba - Sesc Caixeiral	1	,0	99,9
Paranaguá - Santuário Estadual de Nossa Senhora do Rocio	1	,0	99,9
Tibagi - Parque Estadual do Quartelá	1	,0	99,9
Niterói - Museu de Arte Contemporânea de Niterói - MAC	1	,0	100,0
Petrópolis - Casa Stefan Zweig	1	,0	100,0
Petrópolis - Museu Casa de Santos Dumont	1	,0	100,0

Total	4385	100,0	
Ausente Sistema	60		
Total	4445		

AVALIAÇÃO DOS INDICADORES

Avaliação da Acessibilidade ao Atrativo / Estacionamento / Rodovias

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Excelente	1832	41,2	43,0	43,0
	Bom	1702	38,3	40,0	83,0
	Mediano	501	11,3	11,8	94,7
	Ruim	138	3,1	3,2	98,0
	Péssimo	87	2,0	2,0	100,0
	Total	4260	95,8	100,0	
Ausente	Sistema	185	4,2		
Total		4445	100,0		

Avaliação da Disponibilidade e limpeza de Banheiros

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Excelente	2041	45,9	51,0	51,0
	Bom	1361	30,6	34,0	85,0
	Mediano	357	8,0	8,9	93,9
	Péssimo	125	2,8	3,1	97,0
	Ruim	119	2,7	3,0	100,0
	Total	4003	90,1	100,0	
Ausente	Sistema	442	9,9		
Total		4445	100,0		

Avaliação das Filas de entrada no atrativo

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Excelente	2282	51,3	57,5	57,5
	Bom	1330	29,9	33,5	91,0
	Mediano	249	5,6	6,3	97,3
	Ruim	63	1,4	1,6	98,9
	Péssimo	44	1,0	1,1	100,0
	Total	3968	89,3	100,0	
Ausente	Sistema	477	10,7		
Total		4445	100,0		

Avaliação da Facilidade de compra (métodos de pagamento diversificados)

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Excelente	1898	42,7	51,9	51,9
	Bom	1453	32,7	39,7	91,6
	Mediano	207	4,7	5,7	97,3
	Ruim	60	1,3	1,6	98,9
	Péssimo	39	,9	1,1	100,0
	Total	3657	82,3	100,0	
Ausente	Sistema	788	17,7		
Total		4445	100,0		

Avaliação do Horário de Funcionamento do Atrativo

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Excelente	2280	51,3	53,2	53,2
	Bom	1720	38,7	40,1	93,3
	Mediano	212	4,8	4,9	98,3
	Péssimo	38	,9	,9	99,1
	Ruim	37	,8	,9	100,0
	Total	4287	96,4	100,0	
Ausente	Sistema	158	3,6		
Total		4445	100,0		

Avaliação do Sentimento de Conforto no Atrativo

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Excelente	2524	56,8	58,0	58,0
	Bom	1455	32,7	33,4	91,4
	Mediano	254	5,7	5,8	97,3
	Ruim	74	1,7	1,7	99,0
	Péssimo	45	1,0	1,0	100,0
	Total	4352	97,9	100,0	
Ausente	Sistema	93	2,1		
Total		4445	100,0		

Avaliação do Aprendizado do turista na visita

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Excelente	2267	51,0	53,7	53,7
	Bom	1522	34,2	36,1	89,8
	Mediano	285	6,4	6,8	96,5
	Ruim	90	2,0	2,1	98,6
	Péssimo	57	1,3	1,4	100,0
	Total	4221	95,0	100,0	
Ausente	Sistema	224	5,0		
Total		4445	100,0		

Avaliação do nível de diversão

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Excelente	2342	52,7	54,9	54,9
	Bom	1557	35,0	36,5	91,5
	Mediano	273	6,1	6,4	97,9
	Ruim	55	1,2	1,3	99,2
	Péssimo	36	,8	,8	100,0
	Total	4263	95,9	100,0	
Ausente	Sistema	182	4,1		
Total		4445	100,0		

Avaliação da Percepção Estética

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Excelente	3153	70,9	72,0	72,0
	Bom	1075	24,2	24,6	96,6
	Mediano	112	2,5	2,6	99,2
	Ruim	21	,5	,5	99,6
	Péssimo	16	,4	,4	100,0
	Total	4377	98,5	100,0	
Ausente	Sistema	68	1,5		
Total		4445	100,0		

Avaliação da Fuga da Rotina cotidiana

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Excelente	2732	61,5	63,6	63,6
	Bom	1330	29,9	31,0	94,5
	Mediano	179	4,0	4,2	98,7
	Ruim	33	,7	,8	99,5
	Péssimo	23	,5	,5	100,0
	Total	4297	96,7	100,0	
Ausente	Sistema	148	3,3		
Total		4445	100,0		

Avaliação da Percepção de Segurança

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Excelente	2262	50,9	52,6	52,6
	Bom	1588	35,7	36,9	89,5
	Mediano	314	7,1	7,3	96,8
	Ruim	89	2,0	2,1	98,9
	Péssimo	48	1,1	1,1	100,0
	Total	4301	96,8	100,0	
Ausente	Sistema	144	3,2		
Total		4445	100,0		

Avaliação da Percepção dos preços praticados no atrativo

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Bom	1588	35,7	40,6	40,6
	Excelente	1226	27,6	31,3	71,9
	Mediano	719	16,2	18,4	90,2
	Ruim	241	5,4	6,2	96,4
	Péssimo	141	3,2	3,6	100,0
	Total	3915	88,1	100,0	
Ausente	Sistema	530	11,9		
Total		4445	100,0		

Avaliação das condições climáticas

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Excelente	2052	46,2	48,3	48,3
	Bom	1704	38,3	40,1	88,4
	Mediano	384	8,6	9,0	97,5
	Ruim	74	1,7	1,7	99,2
	Péssimo	34	,8	,8	100,0
	Total	4248	95,6	100,0	
Ausente	Sistema	197	4,4		
Total		4445	100,0		

Avaliação da Infra Estrutura e manutenção

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Excelente	2294	51,6	53,2	53,2
	Bom	1420	31,9	32,9	86,1
	Mediano	402	9,0	9,3	95,5
	Ruim	114	2,6	2,6	98,1
	Péssimo	82	1,8	1,9	100,0
	Total	4312	97,0	100,0	
Ausente	Sistema	133	3,0		
Total		4445	100,0		

Avaliação da Sinalização externa de como chegar ao atrativo

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Bom	1718	38,7	40,8	40,8
	Excelente	1664	37,4	39,5	80,4
	Mediano	562	12,6	13,4	93,7
	Ruim	192	4,3	4,6	98,3
	Péssimo	73	1,6	1,7	100,0
	Total	4209	94,7	100,0	
Ausente	Sistema	236	5,3		
Total		4445	100,0		

Avaliação da Sinalização Interna no atrativo

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Excelente	1991	44,8	47,0	47,0
	Bom	1651	37,1	39,0	85,9
	Mediano	404	9,1	9,5	95,5
	Ruim	132	3,0	3,1	98,6
	Péssimo	60	1,3	1,4	100,0
	Total	4238	95,3	100,0	
Ausente	Sistema	207	4,7		
Total		4445	100,0		

Avaliação da oferta de tecnologia no atrativo

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Excelente	1350	30,4	37,2	37,2
	Bom	1018	22,9	28,0	65,2
	Mediano	571	12,8	15,7	80,9
	Ruim	396	8,9	10,9	91,8
	Péssimo	296	6,7	8,2	100,0
	Total	3631	81,7	100,0	
Ausente	Sistema	814	18,3		
Total		4445	100,0		

Avaliação da Limpeza geral do atrativo

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Excelente	2459	55,3	57,1	57,1
	Bom	1374	30,9	31,9	88,9
	Mediano	332	7,5	7,7	96,6
	Ruim	75	1,7	1,7	98,4
	Péssimo	70	1,6	1,6	100,0
	Total	4310	97,0	100,0	
Ausente	Sistema	135	3,0		
Total		4445	100,0		

Avaliação da Capacidade de Carga (lotação)

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Excelente	2032	45,7	48,9	48,9
	Bom	1713	38,5	41,2	90,2
	Mediano	296	6,7	7,1	97,3
	Péssimo	60	1,3	1,4	98,7
	Ruim	52	1,2	1,3	100,0
	Total	4153	93,4	100,0	
Ausente	Sistema	292	6,6		
Total		4445	100,0		

Avaliação da Variedade de Atividades oferecidas

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Excelente	1733	39,0	41,0	41,0
	Bom	1720	38,7	40,7	81,7
	Mediano	554	12,5	13,1	94,8
	Ruim	156	3,5	3,7	98,4
	Péssimo	66	1,5	1,6	100,0
	Total	4229	95,1	100,0	
Ausente	Sistema	216	4,9		
Total		4445	100,0		

Avaliação das Ações de Sustentabilidade

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Excelente	1637	36,8	41,4	41,4
	Bom	1064	23,9	26,9	68,3
	Mediano	503	11,3	12,7	81,0
	Ruim	468	10,5	11,8	92,8
	Péssimo	284	6,4	7,2	100,0
	Total	3956	89,0	100,0	
Ausente	Sistema	489	11,0		
Total		4445	100,0		

Passeio com encontro de serviço (Guia ou Funcionários)

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Sim	3808	85,7	87,9	87,9
	Não	526	11,8	12,1	100,0
	Total	4334	97,5	100,0	
Ausente	Sistema	111	2,5		
Total		4445	100,0		

Avaliação da apresentação inicial do serviço pelo Guia ou Funcionário

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Excelente	2168	48,8	59,3	59,3
	Bom	1267	28,5	34,6	93,9
	Mediano	148	3,3	4,0	97,9
	Ruim	48	1,1	1,3	99,3
	Péssimo	27	,6	,7	100,0
	Total	3658	82,3	100,0	
Ausente	Sistema	787	17,7		
Total		4445	100,0		

Atenção dispensada pelo prestador de serviço

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Excelente	2271	51,1	62,0	62,0
	Bom	1212	27,3	33,1	95,1
	Mediano	129	2,9	3,5	98,6
	Ruim	30	,7	,8	99,4
	Péssimo	22	,5	,6	100,0
	Total	3664	82,4	100,0	
Ausente	Sistema	781	17,6		
Total		4445	100,0		

Atendimento geral no atrativo

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Excelente	2221	50,0	60,7	60,7
	Bom	1249	28,1	34,1	94,9
	Mediano	136	3,1	3,7	98,6
	Ruim	31	,7	,8	99,4
	Péssimo	21	,5	,6	100,0
	Total	3658	82,3	100,0	
Ausente	Sistema	787	17,7		
Total		4445	100,0		

Avaliação do conhecimento técnico do Guia de Turismo

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Excelente	1914	43,1	60,2	60,2
	Bom	1093	24,6	34,3	94,5
	Mediano	123	2,8	3,9	98,4
	Ruim	31	,7	1,0	99,3
	Péssimo	21	,5	,7	100,0
	Total	3182	71,6	100,0	
Ausente	Sistema	1263	28,4		
Total		4445	100,0		

Avaliação do Conhecimento Técnico dos outros funcionários

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Excelente	1863	41,9	55,9	55,9
	Bom	1252	28,2	37,6	93,4
	Mediano	162	3,6	4,9	98,3
	Ruim	30	,7	,9	99,2
	Péssimo	27	,6	,8	100,0
	Total	3334	75,0	100,0	
Ausente	Sistema	1111	25,0		
Total		4445	100,0		

MÉDIAS DE AVALIAÇÃO DOS INDICADORES

	N	Média	Desvio Padrão
Nível de Satisfação geral com a visita no atrativo	3944	9,0359	1,66423
Avaliação da Percepção Estética	4377	4,67	,586
Avaliação da Fuga da Rotina cotidiana	4297	4,56	,663
Atenção dispensada pelo prestador de serviço	3664	4,55	,663
Atendimento geral no atrativo	3658	4,54	,666
Avaliação do conhecimento técnico do Guia de Turismo	3182	4,52	,682
Avaliação da apresentação inicial do serviço pelo Guia ou Funcionário	3658	4,50	,706
Avaliação do Conhecimento Técnico dos outros funcionários	3334	4,47	,705
Avaliação do Sentimento de Conforto no Atrativo	4352	4,46	,769
Avaliação das Filas de entrada no atrativo	3968	4,45	,775
Avaliação do Horário de Funcionamento do Atrativo	4287	4,44	,710
Avaliação do nível de diversão	4263	4,43	,743
Avaliação da Limpeza geral do atrativo	4310	4,41	,834
Avaliação da Facilidade de compra (métodos de pagamento diversificados)	3657	4,40	,761
Avaliação do Aprendizado do turista na visita	4221	4,39	,814
Avaliação da Percepção de Segurança	4301	4,38	,800
Avaliação da Capacidade de Carga (lotação)	4153	4,35	,786
Avaliação das condições climáticas	4248	4,33	,777
Avaliação da Infra Estrutura e manutenção	4312	4,33	,891
Avaliação da Sinalização Interna no atrativo	4238	4,27	,863
Avaliação da Disponibilidade e limpeza de Banheiros	4003	4,27	,963
Avaliação da Acessibilidade ao Atrativo / Estacionamento / Rodovias	4260	4,19	,909
Avaliação da Variedade de Atividades oferecidas	4229	4,16	,897
Avaliação da Sinalização externa de como chegar ao atrativo	4209	4,12	,924
Avaliação da Percepção dos preços praticados no atrativo	3915	3,90	1,028
Avaliação das Ações de Sustentabilidade	3956	3,83	1,278
Avaliação da oferta de tecnologia no atrativo	3631	3,75	1,280

ANÁLISE DOS SEGMENTOS

Classificação do Atrativo	Satisfação	Acessibilidade de ao Atrativo / Estacionamento	Disponibilidade e limpeza de Banheiros	Filas de entrada	Facilidade de compra	Horário de Funcionamento	Conforto	Aprendizado	Diversão	Estética	Fuga da Rotina	Segurança	Preços	Condições Climáticas	Infra	Sinalização Ext	Sinalização Int	Tecnologia	Limpeza	Cap. De Carga	Variedade de Atv	Sustentabilidade	Apresentação	Atenção	Atendimento geral	conhecimento técnico do Guia de Turismo	Conhecimento Técnico de outros funcionários
Museu / Casa ou Centro Cultural	Média 9,21	4,47	4,71	4,64	4,57	4,61	4,68	4,54	4,48	4,74	4,63	4,60	3,78	4,41	4,67	4,31	4,56	4,41	4,78	4,56	4,20	4,38	4,76	4,80	4,80	4,72	4,73
	N 1550	1575	1496	1631	1235	1649	1672	1636	1632	1687	1651	1644	1451	1625	1648	1572	1628	1280	1653	1587	1623	1433	1346	1350	1342	1134	1162
	DesvPad 1,51	0,75	0,60	0,66	0,70	0,61	0,63	0,74	0,75	0,55	0,64	0,68	1,19	0,81	0,62	0,89	0,71	0,85	0,51	0,68	0,92	0,84	0,52	0,49	0,47	0,57	0,55
Mercado Público ou Feira	Média 9,06	3,81	3,81	4,14	4,21	4,20	4,14	4,16	4,28	4,33	4,25	4,02	3,98	4,08	3,90	3,94	3,90	2,66	3,91	4,10	4,17	2,52	4,14	4,16	4,17	4,21	4,15
	N 800	818	775	655	812	814	820	782	805	821	805	814	820	812	816	803	800	677	820	803	812	770	746	749	749	669	721
	DesvPad 1,07	0,83	0,73	0,54	0,52	0,52	0,57	0,56	0,54	0,60	0,57	0,65	0,66	0,65	0,77	0,64	0,67	1,26	0,67	0,56	0,58	1,21	0,49	0,50	0,49	0,47	0,47
Teatro	Média 8,76	4,10	4,59	4,10	4,19	4,08	4,34	4,58	4,43	4,81	4,47	4,26	3,75	3,98	4,40	3,87	4,16	3,48	4,64	4,42	4,06	3,74	4,46	4,39	4,41	4,60	4,23
	N 50	52	46	52	47	52	53	53	53	53	53	53	51	51	53	52	51	46	50	48	50	43	46	46	46	45	44
	DesvPad 1,90	0,93	0,65	1,00	0,90	1,04	0,94	0,60	0,77	0,44	0,91	1,04	1,16	1,03	0,82	1,31	1,01	1,26	0,63	0,85	0,91	1,24	1,07	1,11	0,91	0,72	1,14
Bar	Média 8,99	4,04	4,17	4,30	4,28	4,28	4,33	4,29	4,35	4,48	4,33	4,11	4,15	4,24	4,33	4,07	4,11	3,67	4,13	4,22	4,24	3,26	4,30	4,30	4,25	4,18	4,20
	N 43	46	46	40	46	46	46	45	43	46	45	46	46	46	46	45	45	45	46	45	46	43	44	44	44	39	44
	DesvPad 0,92	0,63	0,68	0,56	0,46	0,50	0,60	0,51	0,48	0,51	0,52	0,74	0,60	0,57	0,63	0,50	0,38	0,93	0,58	0,52	0,88	0,46	0,46	0,49	0,39	0,41	
Praia	Média 8,18	3,79	3,33	3,95	4,10	4,09	3,95	3,92	4,17	4,47	4,32	3,95	3,51	4,28	3,82	3,83	3,79	3,38	3,61	3,92	3,80	3,09	4,05	4,15	4,05	4,10	3,97
	N 275	304	298	243	292	297	304	287	296	307	297	303	300	296	303	300	289	272	302	292	291	289	248	249	248	208	231
	DesvPad 2,11	0,97	1,27	0,94	0,80	0,76	0,92	0,98	0,78	0,69	0,74	0,94	1,07	0,69	0,98	0,90	0,93	1,18	1,07	0,89	0,92	1,31	0,82	0,74	0,75	0,80	0,79
Parque	Média 8,49	3,97	3,86	4,22	4,10	4,23	4,23	4,13	4,37	4,82	4,66	4,20	3,76	4,32	3,91	3,80	3,97	3,20	4,13	4,09	3,96	3,85	4,30	4,39	4,33	4,38	4,32
	N 402	471	424	438	309	454	471	445	452	472	464	462	321	449	467	466	460	405	462	429	441	439	378	377	379	297	326
	DesvPad 2,38	1,11	1,25	1,03	1,09	0,93	1,02	1,08	0,86	0,48	0,70	1,02	1,06	0,83	1,26	1,19	1,13	1,34	1,11	1,08	1,05	1,23	0,96	0,88	0,93	0,93	0,95
Santuário / Igreja / Monumento Religioso	Média 9,02	4,17	4,30	4,62	4,17	4,43	4,58	4,52	4,49	4,76	4,57	4,33	4,14	4,37	4,22	3,92	4,00	3,56	4,51	4,44	3,97	3,87	4,62	4,67	4,65	4,61	4,46
	N 50	60	54	55	41	60	60	58	59	59	56	58	43	59	60	60	60	45	59	55	59	52	52	51	51	44	48
	DesvPad 1,92	0,91	0,88	0,59	1,07	0,67	0,59	0,90	0,68	0,47	0,71	0,76	0,99	0,64	0,66	1,08	0,90	1,10	0,65	0,63	0,96	1,24	0,63	0,55	0,56	0,65	0,65
Aldeia	Média 9,00	4,50	4,00	5,00	5,00	5,00	5,00	4,50	4,50	4,50	4,50	4,00	4,00	4,00	4,50	4,50	4,00	4,00	4,00	4,50	4,50	4,50	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
	N 2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1
	DesvPad 1,41	0,71						0,71	0,71	0,71	0,71	0,00	0,00	0,00	0,71	0,00	0,00	0,00	1,41	0,71	0,71						
Estação Biológica / Jardim Botânico	Média 8,37	4,24	3,98	4,45	4,32	4,50	4,48	4,40	4,26	4,51	4,43	4,44	4,05	4,32	4,00	4,07	4,12	3,90	4,23	4,44	3,93	4,23	4,44	4,69	4,59	4,66	4,53
	N 38	45	42	40	41	44	44	43	43	45	44	43	42	41	44	44	43	39	44	41	43	44	32	32	32	29	32
	DesvPad 2,83	1,13	1,14	1,11	1,06	1,00	1,00	1,07	1,11	1,04	1,00	1,01	1,27	0,99	1,28	1,13	1,07	1,25	1,24	1,00	1,18	1,10	1,11	0,78	0,84	0,90	0,95
Farol	Média 9,30	4,08	4,14	4,53	4,62	4,43	4,63	4,34	4,36	4,92	4,67	4,49	3,87	4,67	4,44	4,09	4,20	3,92	4,54	4,45	3,91	4,05	4,69	4,72	4,70	4,50	4,71

	N	46	48	37	45	39	46	48	47	47	48	46	47	38	45	45	46	46	36	46	42	46	43	36	36	37	34	31
	DesvPad	1,26	0,85	1,00	0,76	0,54	0,72	0,67	0,81	0,82	0,28	0,60	0,72	0,81	0,67	0,69	0,84	0,98	1,08	0,78	0,80	0,89	1,07	0,79	0,61	0,62	0,90	0,46
Centro Histórico	Média	9,00	3,50	3,18	4,50	4,22	4,06	4,17	4,67	4,39	4,44	4,50	3,33	3,72	3,94	3,61	3,41	3,88	3,13	3,59	4,06	3,88	3,29	4,13	4,27	4,20	4,67	4,13
	N	17	18	17	16	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	17	17	16	17	16	17	17	15	15	15	15	15
	DesvPad	1,22	0,99	1,13	0,73	0,73	0,73	0,71	0,59	0,70	0,62	0,71	0,91	0,83	1,00	0,92	1,06	1,05	1,15	0,80	0,57	0,78	1,10	0,92	0,80	0,77	0,62	0,92
Pousada / Hotel	Média	9,72	4,40	4,73	4,83	4,76	4,74	4,81	4,77	4,85	4,94	4,92	4,70	4,41	4,57	4,73	4,42	4,64	4,26	4,83	4,72	4,68	4,71	4,83	4,88	4,87	4,84	4,80
	N	318	405	399	359	392	395	403	399	403	405	402	401	397	402	402	395	393	396	402	395	399	400	385	385	385	381	384
	DesvPad	1,08	0,79	0,53	0,40	0,54	0,62	0,49	0,54	0,49	0,29	0,36	0,58	0,72	0,66	0,54	0,79	0,60	0,94	0,43	0,49	0,63	0,57	0,49	0,41	0,42	0,46	0,48
Atrativo Natural	Média	9,23	4,33	4,22	4,58	4,47	4,63	4,63	4,48	4,63	4,93	4,78	4,54	3,99	4,52	4,36	4,24	4,34	3,97	4,52	4,37	4,26	4,28	4,52	4,54	4,56	4,58	4,48
	N	132	159	154	153	151	158	157	156	156	159	158	158	155	153	157	158	157	156	157	155	155	151	140	139	140	129	134
	DesvPad	1,56	0,86	1,10	0,75	0,80	0,63	0,77	0,81	0,75	0,39	0,56	0,70	1,03	0,66	0,94	0,88	0,91	1,16	0,77	0,81	0,88	0,95	0,80	0,74	0,70	0,67	0,76
Monumento / Atrativo Histórico	Média	8,96	4,10	4,27	4,22	4,36	4,37	4,29	4,22	4,25	4,69	4,53	4,47	4,13	4,24	4,31	4,03	4,27	3,85	4,49	4,19	3,79	3,94	4,49	4,53	4,48	4,49	4,34
	N	132	158	117	149	141	153	157	152	157	156	156	154	137	152	153	154	153	128	154	151	150	136	113	116	116	96	97
	DesvPad	2,08	1,08	0,92	1,03	0,95	0,84	1,06	1,06	0,93	0,73	0,81	0,79	1,09	1,00	0,96	1,03	0,92	1,29	0,79	1,05	1,22	1,15	0,95	0,87	0,89	0,96	1,00
Porto / Orla	Média	8,20	4,08	3,39	4,38	4,23	4,27	4,31	4,04	4,31	4,88	4,54	4,20	3,83	4,50	4,12	3,84	3,72	3,30	3,58	3,96	3,77	3,39	4,35	4,38	4,44	4,18	4,07
	N	25	26	23	21	22	26	26	25	26	26	26	25	24	26	26	25	25	23	26	24	26	23	17	16	16	11	14
	DesvPad	2,27	0,84	1,23	0,86	0,81	1,00	1,05	0,98	0,79	0,33	0,90	1,00	1,05	0,65	0,91	1,14	1,24	1,33	1,17	0,91	0,91	1,34	0,70	0,72	0,63	0,98	1,00
Restaurante	Média	10,00	4,00	4,25	3,75	4,50	4,25	5,00	5,00	4,75	5,00	5,00	4,50	4,00	4,25	4,75	3,50	4,75	3,50	4,50	4,00	4,75	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	4,50
	N	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
	DesvPad	0,00	0,82	0,96	1,26	0,58	0,50	0,00	0,00	0,50	0,00	0,00	0,58	0,82	0,96	0,50	1,29	0,50	1,29	0,58	1,15	0,50	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,58
Cervejaria / Fábrica	Média	9,51	4,57	4,64	4,77	4,86	4,71	4,79	4,71	4,57	4,79	4,86	4,71	4,64	4,71	4,79	4,54	4,85	4,92	4,85	4,77	4,92	4,85	4,85	4,85	4,85	4,83	4,85
	N	13	14	14	13	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	12	13
	DesvPad	1,06	0,94	0,74	0,60	0,53	0,73	0,58	0,73	1,16	0,58	0,53	0,73	0,74	0,73	0,58	1,20	0,38	0,28	0,55	0,60	0,28	0,38	0,55	0,55	0,55	0,58	0,55
Total	Média	9,04	4,19	4,27	4,45	4,40	4,44	4,46	4,39	4,43	4,67	4,56	4,38	3,90	4,33	4,33	4,12	4,27	3,75	4,41	4,35	4,16	3,83	4,50	4,55	4,54	4,53	4,47
	N	3897	4205	3947	3915	3605	4231	4298	4166	4210	4322	4241	4246	3863	4195	4258	4156	4186	3583	4257	4102	4177	3902	3616	3623	3618	3148	3301
	DesvPad	1,66	0,91	0,96	0,77	0,76	0,71	0,77	0,81	0,74	0,58	0,66	0,80	1,03	0,78	0,89	0,92	0,86	1,28	0,83	0,78	0,89	1,28	0,71	0,66	0,67	0,68	0,70

PERFIL DA DEMANDA

Estado de Residência

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	São Paulo (SP)	1495	33,6	34,5	34,5
	Mato Grosso (MT)	380	8,5	8,8	43,3
	Paraná (PR)	323	7,3	7,5	50,8
	Rio de Janeiro (RJ)	254	5,7	5,9	56,6
	Espírito Santo (ES)	210	4,7	4,9	61,5
	Minas Gerais (MG)	209	4,7	4,8	66,3
	Amazonas (AM)	172	3,9	4,0	70,3
	Ceará (CE)	137	3,1	3,2	73,5
	Goiás (GO)	136	3,1	3,1	76,6
	Distrito Federal (DF)	109	2,5	2,5	79,1
	Bahia (BA)	103	2,3	2,4	81,5
	Mato Grosso do Sul (MS)	96	2,2	2,2	83,7
	Santa Catarina (SC)	83	1,9	1,9	85,6
	Paraíba (PB)	81	1,8	1,9	87,5
	Rio Grande do Norte (RN)	72	1,6	1,7	89,2
	Rio Grande do Sul	71	1,6	1,6	90,8
	Maranhão (MA)	69	1,6	1,6	92,4
	Pernambuco (PE)	69	1,6	1,6	94,0
	Pará (PA)	63	1,4	1,5	95,4
	Piauí (PI)	47	1,1	1,1	96,5
	Alagoas (AL)	29	,7	,7	97,2
	Acre (AC)	24	,5	,6	97,8
	Rondônia (RO)	24	,5	,6	98,3
	Roraima (RR)	21	,5	,5	98,8
	Amapá (AP)	19	,4	,4	99,2
	Tocantins (TO)	18	,4	,4	99,7
	Sergipe (SE)	15	,3	,3	100,0
	Total	4329	97,4	100,0	
Ausente	Sistema	116	2,6		
Total		4445	100,0		

Morador da cidade ou turista

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Turista	2597	58,4	59,3	59,3
	Morador da Região	1785	40,2	40,7	100,0
	Total	4382	98,6	100,0	
Ausente	Sistema	63	1,4		
Total		4445	100,0		

Principal meio de hospedagem utilizado na viagem

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Hotel	973	21,9	37,4	37,4
	Casa de amigos ou parentes	501	11,3	19,2	56,6
	Pousada	481	10,8	18,5	75,1
	Casa Alugada/Airbnb	229	5,2	8,8	83,9
	Não pernoitei	144	3,2	5,5	89,4
	Casa própria	96	2,2	3,7	93,1
	Camping	90	2,0	3,5	96,5
	Hostel/Albergue	56	1,3	2,2	98,7
	Outro	34	,8	1,3	100,0
	Total	2604	58,6	100,0	
Ausente	Sistema	1841	41,4		
Total		4445	100,0		

Indicação do Atrativo a amigos e familiares

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Sim	4024	90,5	96,0	96,0
	Não	168	3,8	4,0	100,0
	Total	4192	94,3	100,0	
Ausente	Sistema	253	5,7		
Total		4445	100,0		

Principal meio de transporte de chegada no destino

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Avião	1187	26,7	45,7	45,7
	Veículo próprio	726	16,3	27,9	73,6
	Ônibus rodoviário	181	4,1	7,0	80,5
	Aplicativo de transporte	111	2,5	4,3	84,8
	Outro	103	2,3	4,0	88,8
	Ônibus fretado	92	2,1	3,5	92,3
	Veículo alugado	89	2,0	3,4	95,7
	Veículo de amigo ou parente	69	1,6	2,7	98,4
	Van	29	,7	1,1	99,5
	Moto	13	,3	,5	100,0
	Total	2600	58,5	100,0	
Ausente	Sistema	1845	41,5		
Total		4445	100,0		

Desejo de revisitar o atrativo no futuro

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Sim	3427	77,1	82,6	82,6
	Talvez	568	12,8	13,7	96,3
	Não	152	3,4	3,7	100,0
	Total	4147	93,3	100,0	
Ausente	Sistema	298	6,7		
Total		4445	100,0		

Gênero do respondente

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Feminino	2255	50,7	54,2	54,2
	Masculino	1786	40,2	42,9	97,1
	Outros	122	2,7	2,9	100,0
	Total	4163	93,7	100,0	
Ausente	Sistema	282	6,3		
Total		4445	100,0		

Estado Civil do respondente

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Solteiro (a)	2013	45,3	47,6	47,6
	Casado (a)	1617	36,4	38,3	85,9
	União estável	310	7,0	7,3	93,3
	Divorciado/Separado (a)	191	4,3	4,5	97,8
	Viúvo (a)	63	1,4	1,5	99,3
	Outro	31	,7	,7	100,0
	Total	4225	95,1	100,0	
Ausente	Sistema	220	4,9		
	Total	4445	100,0		

Renda familiar bruta do respondente

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	De 3 a 5 SM (R\$ 3.301,00 a R\$ 5.500,00)	820	18,4	19,6	19,6
	Até 2 salários mínimos (R\$ 2.200,00)	585	13,2	14,0	33,5
	Prefiro não responder	561	12,6	13,4	46,9
	De 2 a 3 SM (R\$ 2.201,00 a R\$ 3.300,00)	516	11,6	12,3	59,2
	De 5 a 6 SM (R\$ 5.501,00 a R\$ 6.600,00)	347	7,8	8,3	67,5
	De 8 a 10 SM (R\$ 8.801,00 a R\$ 11.000,00)	318	7,2	7,6	75,1
	De 6 a 8 SM (R\$ 6.601,00 a R\$ 8.800,00)	290	6,5	6,9	82,0

De 10 a 15 SM (R\$ 11.001,00 a R\$ 16.500,00)	238	5,4	5,7	87,6
Sem renda	166	3,7	4,0	91,6
De 15 a 20 SM (R\$ 16.501,00 a R\$ 22.000,00)	149	3,4	3,6	95,2
De 20 a 30 SM (R\$ 22.001,00 a R\$ 33.000,00)	109	2,5	2,6	97,8
Acima de 30 SM (Acima de R\$ 33.001,00)	94	2,1	2,2	100,0
Total	4193	94,3	100,0	
Ausente Sistema	252	5,7		
Total	4445	100,0		

Escolaridade do respondente

	Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido Superior	1930	43,4	46,0	46,0
Pós-Graduação	1314	29,6	31,3	77,3
Médio	867	19,5	20,6	97,9
Fundamental	73	1,6	1,7	99,6
Sem instrução formal	15	,3	,4	100,0
Total	4199	94,5	100,0	
Ausente Sistema	246	5,5		
Total	4445	100,0		

Estatísticas descritivas

	N	Mínimo	Máximo	Média	Desvio Padrão
Idade do respondente	4169	10	89	35,96	13,083
N válido (de lista)	4169				

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A primeira edição da Pesquisa Nacional de Avaliação da Qualidade de Serviços Turísticos foi um grande desafio. Primeiramente por se tratar de uma pesquisa em todo o território brasileiro, com a participação de diversos Observatórios do Turismo e mais de 200 atrativos turísticos. A operação da coleta, armazenamento e análise dos dados, atendimento aos observatórios e atrativos durante a coleta foram algumas das ações desafiadoras enfrentadas.

O grande fato de destaque, que julgamos importante apresentar nessas considerações é que a pesquisa foi realizada **SEM CUSTO**. O esforço dos profissionais do turismo vinculados aos Observatórios e a coordenação geral, desempenhada pelo Prof. Dr. Tiago Mondo foram determinantes para o sucesso da pesquisa, mesmo que com diversas limitações operacionais.

Dentre os principais resultados, destacamos a participação dos Observatórios de São Paulo, Fortaleza e do Mato Grosso, bem como do Paraná, Espírito Santo e Amazonas. A Japan House, atrativo da cidade de São Paulo foi o equipamento turístico de maior destaque na pesquisa, tanto pela quantidade de respostas como pela qualidade percebida por seus visitantes.

Do ponto de vista dos segmentos turísticos pesquisados, destacamos os Museus e Casas/Centros Culturais, os Mercados Públicos, Parques, Pousadas e Hotéis e a Praias.

Com relação aos melhores indicadores Tourqual, no contexto brasileiro, nossos destaques vão para o indicador de Estética, com 4,67 (máximo 5). A beleza natural, arquitetônica e cultural brasileira é tida na pesquisa como o que temos de melhor. Utilizar nossa beleza como mecanismo de comunicação de marketing, com foco nacional e internacional, deve permanecer como uma estratégia central.

O indicador de Fuga da Rotina obteve a segunda melhor avaliação, com média final 4,56. Tal indicador demonstra a capacidade de oferecermos experiências memoráveis e posicionarmos o turista/visitante de forma imersa ao atrativo durante o seu consumo.

Os outros três indicadores de destaque são componentes da categoria de Elemento Humano. São eles: atenção e atendimento com média 4,55, conhecimento técnico do Guia de Turismo com média 4,52 e Apresentação Inicial do Serviço com média 4,50. Tal fato, derruba o mito de que no turismo não atendemos bem. Somos especialistas em hospitalidade e atendimento e tal fato foi demonstrado e comprovado na pesquisa.

A pesquisa se mostrou extremamente positiva quando o assunto é qualidade percebida. Somente três indicadores não alcançaram a média de 4 pontos. O indicador de percepção apreços ficou com média 3,90 o que pode ser explicado por variáveis econômicas, determinantes da demanda e o próprio comportamento de consumo.

O indicador de percepção das ações de sustentabilidade executadas pelo atrativo obteve média 3,83 o que demonstra que os empreendimentos ou tem de fortalecer as ações de sustentabilidade ou tem de comunicar melhor o que é feito.

Por último, o indicador de oferta de tecnologia obteve nota média 3,75. A presença digital, a oferta de wifi gratuita, a utilização de novas tecnologias na oferta e no auxílio ao consumo em atrativos turísticos se colocam como tendências contemporâneas e devem ser levadas em conta nos empreendimentos. O consumidor/turista está cada vez mais conectado e interativo e a oferta dos serviços turísticos tem de acompanhar esse movimento.

De forma geral, os resultados foram muito positivos. Ao segmentarmos a oferta dos serviços conseguimos mais algumas inferências importantes relacionadas a alguns indicadores, que apresentamos na sequência.

O Brasil é destaque mundial em competitividade em dois tipos de atrativos turísticos: culturais e naturais. A partir dessa perspectiva, alguns segmentos de oferta pesquisados aqui merecem atenção. Do ponto de vista cultural, os mercados públicos, teatros e centros históricos. Do ponto de vista natural, as praias e os parques. Desses cinco segmentos de oferta, somente os parques tiveram uma avaliação em todos os indicadores extremamente positiva. Os outros quatro segmentos, desempenharam de maneira regular em alguns dos indicadores, ligando o sinal de alerta para gestores intervirem com ações de melhoria.

No contexto dos mercados públicos e feiras populares, os indicadores de tecnologia (avaliação média 2,66) e sustentabilidade (2,52) obtiveram notas médias ruins e, portanto, necessitam com urgência melhorias. Nos teatros, os dois indicadores permanecem em destaque mais negativo que os demais, porém com uma avaliação mediada (3,48 para tecnologia e 3,74 para sustentabilidade).

Os Centros Históricos foram os que mais indicadores com avaliação mediana tivemos na pesquisa. Os indicadores de acesso e estacionamento (3,50), banheiros (3,18), segurança (3,33), Preço (3,72), condições climáticas (3,61), Infraestrutura (3,41), sinalização (3,13), tecnologia (3,59) e sustentabilidade (3,29) foram os que merecem a atenção dos gestores. Nesse caso, normalmente os centros históricos estão na responsabilidade das Prefeituras. Alocar servidores, funcionários e até mesmo estabelecer Parcerias Público Privadas para a gestão turísticas dos Centros Históricos pode ser considerada uma ação inicial para melhoria da experiência do turista.

Por fim, as Praias foram destaque nessa análise também. Os indicadores de Banheiros (3,33), Preços (3,51), Tecnologia (3,38), Limpeza (3,61) e Sustentabilidade (3,09) merecem atenção gestora. O Brasil é um país continental com uma faixa de areia imensa. Ofertar um serviço turístico de qualidade torna-se elemento importante no contexto da competitividade turística. Logo, esses indicadores necessitam de melhorias consideráveis. A responsabilidade, na maioria das vezes, também é das Prefeituras, demonstrando uma relevância considerável no processo de oferta de qualidade.

O grande desafio futuro é implementar a pesquisa aqui apresentada de forma permanente, com questionários individuais e uma política de capacitações treinamentos para atrativos turísticos conseguirem elaborar e implementar políticas e ações de melhora da oferta dos serviços.

A competitividade nacional e internacional se fortalecerá ao passo que conseguirmos oferecer uma maior quantidade e variedade de produtos turísticos com excelência na qualidade. Tal resultado só conseguiremos se diagnosticarmos a percepção de qualidade do turismo constantemente, com ferramentas de gestão adequadas e com o prosseguimento de ações de melhoria e controle.

Além disso, e objetivo central da Rede Brasileira de Observatórios de Turismo, no momento em que estabelecemos uma pesquisa permanente de percepção da qualidade dos serviços turísticos nacionais com um formulário padrão e uma centralização dos bancos de dados, proporcionamos um potencial gigantesco de análise de Big Data, inteligência de negócios e tomadas de decisões mais assertivas.

O desafio está lançado! Vamos em busca de apoio para a execução de uma Pesquisa Nacional de Avaliação da Qualidade de Serviços permanente, gratuita para empreendimentos, com dashboards individuais para gestão e tomada e decisão e com um *background* de capacitação e treinamento em ações de melhoria da qualidade.

AGRADECIMENTOS

Maria Thereza Saez Magalhães – Belotur – Coordenadora Operacional da Pesquisa

Prof. Dr. José Manoel Gonçalves Gândara (in memorian)

Prof. Dr. Osiris Marques

Giovanna Tavares – RBOT

Maria Thereza Saez Magalhães - Belotur

Márcia Raquel Cavalcante Guimarães – Observatur – UEA

Francisco Coelho Mendes – Observatório de Turismo da Paraíba

Riterlania da Silva Ramos – Observatur – Acre

Claudio Ricardo Gomes – Observatório do Turismo de Fortaleza

Vinicius de Luca Filho – Superintendente de Turismo de Florianópolis-SC

Rosângela Custodio Cortez Thomaz - Observatório Turístico de Avaré e de Rosana/SP

Marcos Vinicius - Observatório do Turismo do Distrito Federal

Lilian - Observatório de Paranaguá Paraná

Adilson de Souza Nogueira - Observatório do Turismo de Extrema-MG

Wantuyr Tartari - Observatório de Turismo Epiácio-SP

Sidcley Alegrini - Observatório de Turismo do Rio Grande do Norte

Danielle Moura - Observatório do Turismo de MS

Luana Emmendoerfer - Central de Inteligência do Turismo de Santa Catarina

Leandro Carvalho Lima - Observatório do Desenvolvimento do Estado de Mato Grosso

Vinicius Boneli Vieira - Observatório de Turismo do Piauí - OTPi

Carla Mannich - Instituto Municipal de Turismo - Curitiba Turismo

Iolanda Benfica - Observatório do Turismo de Minas Gerais

Gilce Zelinda Battistuz - Paraná Turismo

Guilherme Malta – Observatório do Turismo de Minas Gerais

Andrezza Serra - Observatório de Turismo e Eventos da Cidade de São Paulo (OTE)

Giovanna Tavares - Observatório do Turismo do Estado de Goiás

Ângela Leite - Observatório da cidade de São Luís do Maranhão

Letícia Cynara - Observatório da cidade de São Luís do Maranhão

João Evangelista - Observatório do Turismo do Rio de Janeiro/UFF e Observatório do Turismo do município Niterói

Admilson Alcantara da Silva - Observatório do Turismo Paraense

Verônica Marcolino - Observatório Regional do Turismo Rio de Janeiro

Roberta Vaccari - Observatório do Turismo do Espírito Santo

Gabriel da Luz - Observatório do Turismo do Tocantins

Jornalista Márcia Dutra Grupo ND – Florianópolis