

**PRODETUR**  
SALVADOR

Secretaria de  
Cultura e Turismo



## PESQUISA DE PERFIL E SATISFAÇÃO DO TURISTA

Salvador – BA, fevereiro – maio – setembro de 2019

## SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO .....	9
2	OBJETIVO .....	9
3	ASPECTOS METODOLÓGICOS .....	10
3.1	Público-alvo .....	10
3.2	Metodologia.....	11
3.3	Questionário .....	11
3.4	Universo da pesquisa – pontos de aplicação .....	11
4	PERFIL DA DEMANDA TURÍSTICA .....	12
4.1	Local de residência .....	12
4.2	Perfil Socioeconômico .....	16
4.2.1	Gênero.....	16
4.2.2	Faixa etária .....	16
4.2.3	Escolaridade.....	16
4.2.4	Renda mensal média individual.....	17
4.2.5	Ocupação profissional principal.....	17
4.3	Perfil do turista .....	18
4.3.1	Com quem viaja .....	18
4.3.2	Número de pessoas viajando.....	19
4.3.3	Quantas noites dormiu em Salvador.....	19
4.3.4	Meio de transporte para chegar à Salvador .....	20
4.3.5	Meio de hospedagem utilizado .....	21
4.3.6	Organização da viagem .....	22
4.3.7	Gasto total aproximado.....	23
4.3.8	Composição dos gastos .....	23
4.3.9	Número de pessoas incluídas no gasto .....	24
4.3.10	Gasto efetivo x planejado.....	25

4.3.11	Motivo da viagem .....	25
4.3.12	Motivo principal “Lazer” .....	26
4.3.13	Itens importantes para escolha de Salvador como destino de viagem .....	27
4.3.14	Meios, serviços ou ferramentas usadas para o planejamento da viagem .....	28
4.3.15	1ª vez que visita Salvador .....	29
4.3.16	Intenção de voltar a Salvador .....	30
4.3.17	Recomendação de Salvador à outras pessoas .....	30
4.3.18	Avaliação dos Atrativos Turísticos .....	31
4.3.19	Avaliação dos Equipamentos e Serviços .....	35
4.3.20	Avaliação da Infraestrutura .....	38
4.3.21	Comentários, sugestões ou críticas .....	42
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	43

## LISTA DE GRÁFICOS

<i>Gráfico 1: Local da entrevista</i> .....	12
<i>Gráfico 2: País onde o Sr.(a) reside?</i> .....	12
<i>Gráfico 3: Qual Estado onde o Sr.(a) reside?</i> .....	14
<i>Gráfico 4: Estado de residência do turista (fora da Bahia)</i> .....	14
<i>Gráfico 5: Qual País onde o Sr.(a) reside?</i> .....	15
<i>Gráfico 6: Por qual cidade o(a) Sr. (a) chegou ao Brasil?</i> .....	15
<i>Gráfico 7: Sexo</i> .....	16
<i>Gráfico 8: Em qual destas faixas etárias se encaixa a sua idade?</i> .....	16
<i>Gráfico 9: Qual o seu nível de escolaridade?</i> .....	17
<i>Gráfico 10: Qual é a sua renda mensal?</i> .....	17
<i>Gráfico 11: Qual a sua ocupação principal?</i> .....	18
<i>Gráfico 12: O(a) Sr.(a) está viajando: (RM)</i> .....	18
<i>Gráfico 13: Quem está viajando com o(a) Sr.(a)?</i> .....	18
<i>Gráfico 14: Quantas pessoas estão viajando, incluindo o(a) Sr.(a)?</i> .....	19
<i>Gráfico 15: Quantas noites o(a) sr.(a) dormiu em Salvador nesta viagem?</i> .....	20
<i>Gráfico 16: Qual meio de transporte o(a) Sr.(a) utilizou para chegar a Salvador? (RM)</i> .....	20
<i>Gráfico 17: Qual o meio de hospedagem o(a) Sr.(a) utilizou aqui em Salvador nesta viagem? (RM)</i> .....	21
<i>Gráfico 18: A sua viagem foi organizada através de...</i> .....	22
<i>Gráfico 19: Qual o seu gasto total aproximado em Salvador, excluindo passagens ou pacotes comprados fora daqui?</i> .....	23
<i>Gráfico 20: Deste total gasto, o(a) sr.(a) poderia me dizer quanto por cento foi gasto com cada um desses 6 itens que constam no cartão?</i> .....	24
<i>Gráfico 21: Além do (a) sr. (a), quantas pessoas estão incluídas no total gasto?</i> .....	24
<i>Gráfico 22: O seu gasto total foi o que o(a) sr.(a) havia planejado, acima do planejado ou abaixo do planejado?</i> .....	25
<i>Gráfico 23: Qual foi o principal motivo da sua viagem a Salvador?</i> .....	26

<i>Gráfico 24: Por que escolheu Salvador para esta viagem a lazer? (RM)</i> .....	26
<i>Gráfico 25: Qual destes itens foi o mais importante para a escolha de Salvador como destino dessa viagem?</i> .....	27
<i>Gráfico 26: O(a) Sr.(a) fez consulta a alguma destas fontes para a preparação desta viagem? Quais? (RM)</i> .....	29
<i>Gráfico 27: É a primeira vez que o(a) sr.(a) vem a Salvador?</i> .....	30
<i>Gráfico 28: Quando foi a última vez que o(a) sr.(a) esteve em Salvador</i> .....	30
<i>Gráfico 29: O(a) Sr.(a) pensa em voltar a Salvador?</i> .....	30
<i>Gráfico 30: O(a) Sr.(a) recomendaria Salvador a outra pessoa?</i> .....	31
<i>Gráfico 31: Avaliação dos atrativos turísticos em Salvador</i> .....	31
<i>Gráfico 32: Avaliação - Praias</i> .....	32
<i>Gráfico 33: Avaliação - Centro Histórico/ Pelourinho</i> .....	32
<i>Gráfico 34: Avaliação - Outros atrativos Históricos ou Culturais</i> .....	32
<i>Gráfico 35: Avaliação - Museus</i> .....	33
<i>Gráfico 36: Avaliação - Comida típica baiana</i> .....	33
<i>Gráfico 37: Avaliação - Espetáculos de arte (música, teatro, dança, capoeira, etc.)</i> .....	33
<i>Gráfico 38: Avaliação - Esportes náuticos</i> .....	34
<i>Gráfico 39: Avaliação - Passeios marítimos pela baía/ pelas ilhas</i> .....	34
<i>Gráfico 40: Avaliação - Hospitalidade do povo</i> .....	34
<i>Gráfico 41: Avaliação dos serviços turísticos em Salvador</i> .....	35
<i>Gráfico 42: Avaliação - Serviços de Táxis</i> .....	36
<i>Gráfico 43: Avaliação - Meios de Hospedagem</i> .....	36
<i>Gráfico 44: Avaliação - Bares/Restaurantes</i> .....	36
<i>Gráfico 45: Avaliação - Artesanato e produtos locais</i> .....	37
<i>Gráfico 46: Avaliação - Outros tipos de Comércio/Compras</i> .....	37
<i>Gráfico 47: Avaliação - Serviços de guias e excursões</i> .....	37
<i>Gráfico 48: Avaliação - Diversões Noturnas</i> .....	38
<i>Gráfico 49: Avaliação - Empresas/Serviços de Translado</i> .....	38

<i>Gráfico 50: Avaliação da infraestrutura de Salvador</i> .....	39
<i>Gráfico 51: Avaliação - Segurança pública</i> .....	39
<i>Gráfico 52: Avaliação - Sinalização e informação turística</i> .....	40
<i>Gráfico 53: Avaliação - Limpeza urbana</i> .....	40
<i>Gráfico 54: Avaliação - Ônibus Urbano</i> .....	40
<i>Gráfico 55: Avaliação - Terminal Marítimo (Ferry-Boat)</i> .....	41
<i>Gráfico 56: Avaliação - Terminal Rodoviário</i> .....	41
<i>Gráfico 57: Avaliação - Aeroporto</i> .....	41

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1: País onde o Sr.(a) reside? .....	12
Tabela 2: Sexo .....	16
Tabela 3: Em qual destas faixas etárias se encaixa a sua idade?.....	16
Tabela 4: Quantas pessoas estão viajando, incluindo o(a) Sr.(a)?.....	19
Tabela 5: Qual meio de transporte o(a) Sr.(a) utilizou para chegar a Salvador? (RM)	20
Tabela 6: Outro meio de transporte o(a) Sr.(a) utilizou para chegar a Salvador? (RM) .....	21
Tabela 7: Qual o meio de hospedagem o(a) Sr.(a) utilizou aqui em Salvador nesta viagem (RM) .....	21
Tabela 8: Qual o meio de hospedagem o(a) Sr.(a) utilizou aqui em Salvador nesta viagem? (RM) .....	21
Tabela 9: Qual o seu gasto total aproximado em Salvador, excluindo passagens ou pacotes comprados fora daqui? .....	23
Tabela 10: Além do (a) sr. (a), quantas pessoas estão incluídas no total gasto? .....	24
Tabela 11: O seu gasto total foi o que o(a) sr.(a) havia planejado, acima do planejado ou abaixo do planejado?.....	25
Tabela 12: Por que escolheu Salvador para esta viagem a lazer? (RM).....	26
Tabela 13: Por que escolheu Salvador para esta viagem a lazer? (RM).....	27
Tabela 14: Qual destes itens foi o mais importante para a escolha de Salvador como destino dessa viagem?.....	28
Tabela 15: Avaliação - Praias .....	32
Tabela 16: Avaliação - Centro Histórico/ Pelourinho.....	32
Tabela 17: Avaliação - Outros atrativos Históricos ou Culturais.....	32
Tabela 18: Avaliação - Museus .....	33
Tabela 19: Avaliação - Comida típica baiana .....	33
Tabela 20: Avaliação - Espetáculos de arte (música, teatro, dança, capoeira, etc.).....	33
Tabela 21: Avaliação - Esportes náuticos .....	34

Tabela 22: Avaliação - Passeios marítimos pela baía/ pelas ilhas .....	34
Tabela 23: Avaliação - Hospitalidade do povo.....	34
Tabela 24: Avaliação - Serviços de Táxis .....	36
Tabela 25: Avaliação - Meios de Hospedagem.....	36
Tabela 26: Avaliação - Bares/Restaurantes.....	36
Tabela 27: Avaliação - Artesanato e produtos locais.....	37
Tabela 28: Avaliação - Outros tipos de Comércio/Compras.....	37
Tabela 29: Avaliação - Serviços de guias e excursões .....	37
Tabela 30: Avaliação - Diversões Noturnas .....	38
Tabela 31: Avaliação - Empresas/Serviços de Translado .....	38
Tabela 32: Avaliação - Segurança pública .....	39
Tabela 33: Avaliação - Sinalização e informação turística.....	40
Tabela 34: Avaliação - Limpeza urbana.....	40
Tabela 35: Avaliação - Ônibus Urbano .....	40
Tabela 36: Avaliação - Terminal Marítimo (Ferry-Boat).....	41
Tabela 37: Avaliação - Terminal Rodoviário.....	41
Tabela 38: Avaliação - Aeroporto .....	41
Tabela 39: O(a) Sr.(a) tem alguma sugestão ou crítica a fazer em relação a sua estadia aqui em Salvador? .....	42



## 1 INTRODUÇÃO

O turismo é considerado um fenômeno social decorrente do desenvolvimento e dinamismo da sociedade moderna. É uma atividade produtiva contínua, geradora de renda, que se submete às leis econômicas e interfere nos diversos segmentos da economia, repercutindo acentuadamente e indiretamente em outras atividades produtivas através do seu efeito multiplicador. Para o destino turístico, proporciona a geração de impostos diretos e indiretos, incidentes sobre a renda total gerada no âmbito do sistema econômico e estimula o processo de abertura da economia.

Devido à grande importância da atividade no incremento na economia do território e os impactos gerados pelo input de receitas advindas da demanda turística, as instituições públicas responsáveis pelo planejamento e execução das políticas públicas de turismo devem realizar pesquisas junto a demanda e oferta turística com objetivo de nortear as futuras ações, indicar áreas prioritárias para desenvolvimento de projetos, elaboração de peças orçamentárias e indicadores para monitoramento dos recursos aplicados.

Em fevereiro de 2019 foi celebrado o contrato, que entre si fazem a Secretaria Municipal de Cultura e Turismo – SECULT, através da Unidade Coordenadora do PRODETUR Salvador - UCP e a empresa Qualitest Inteligência em Pesquisa.

O referido contrato teve como objeto a execução de serviços de Pesquisa do Perfil do Turista na cidade de Salvador, na Bahia.

Os objetivos, metodologia e resultados das Pesquisas de Alta, Média e Baixa Temporada (2019) são apresentados a seguir.

## 2 OBJETIVO

Foi realizada Pesquisa do Perfil e Satisfação do Turista de Salvador nos período de Alta, Média e Baixa temporada – 2019, a fim de apresentar à cadeia produtiva do turismo local o retrato da demanda turística que visitou Salvador, através das diferentes variáveis, tais como: local de procedência, sexo, idade, renda, escolaridade, hábitos e preferências do viajante, gasto, dias de permanência e avaliação dos atrativos, dos serviços e da infraestrutura. Estas pesquisas ocorreram através de entrevistas junto aos turistas que visitaram o município de Salvador nos períodos de alta, média e baixa temporada de 2019, nos meses de Fevereiro, Maio e Setembro, com a finalidade de desenvolver projetos e estratégias dos agentes públicos e privados, além de

ser um eficaz instrumento de estudos, controle, planejamento e monitoramento da atividade turística na cidade.

### 3 ASPECTOS METODOLÓGICOS

O contrato celebrado entre a Secretaria Municipal de Cultura e Turismo – SECULT, através da Unidade Coordenadora do PRODETUR Salvador - UCP e a empresa Qualitest Inteligência em Pesquisa, tem como objeto a execução de serviços de pesquisa para execução, tabulação e análise do Perfil e Satisfação do Turista em Salvador para os períodos de alta, média e baixa temporada de 2019. A referida pesquisa possui como objetivos específicos:

- Levantar informações sobre a demanda atual, identificando o perfil socioeconômico do turista nacional e internacional que visita Salvador - BA;
- Fornecer suporte à formulação de políticas e diretrizes para subsidiar o planejamento estratégico governamental, bem como para o planejamento de ações do empresariado privado;
- Coletar informações e dados que, em conjunto, sejam capazes de traçar um quadro confiável do setor turismo na área pesquisada;
- Dimensionar, através do gasto médio diário individual, fluxo e permanência, a receita gerada pela atividade;
- Confirmar as características da área pesquisada como motivadora da presença de visitantes;
- Conhecer suas principais motivações de viagem e avaliações dos bens e serviços turísticos utilizados em sua permanência na cidade;
- Reunir subsídios e orientações que respaldem a decisão e implementação de medidas que conduzam à melhoria da qualidade dos serviços prestados e do acolhimento dado ao turista que visita Salvador - BA.

#### 3.1 Público-alvo

A população objetivo ou população-alvo considerado nesta pesquisa são de turistas brasileiros e estrangeiros, a partir dos 18 anos, que visitaram Salvador em fevereiro, maio e setembro de 2019 – alta, média e baixa temporada.

Definição da OMT – Organização Mundial do Turismo:

- **Turista:** Visitante que se desloca voluntariamente por período de tempo igual ou superior a vinte e quatro horas para local diferente da sua residência do seu trabalho (sem, este ter por motivação, a obtenção de lucro) pernoitando nesse mesmo lugar.

### 3.2 Metodologia

Pesquisa quantitativa, face a face, com abordagem aleatória aos turistas, em locais de entrada/saída de turistas em Salvador – BA.

A equipe formada para realização desta pesquisa contou com 16 entrevistadores e mais 2 supervisores no campo.

### 3.3 Questionário

O questionário possui 49 perguntas e o tempo médio estimado de aplicação é de aproximadamente 10–15 minutos. Além do questionário em português, o entrevistador contou também com o mesmo questionário na versão inglês e espanhol no tablet utilizado.

### 3.4 Universo da pesquisa – pontos de aplicação

O plano amostral foi composto pelos principais portões de entrada e saída de turistas em Salvador, em função da facilidade de acesso a esses equipamentos e aos turistas que os utilizam. Os pontos de aplicação da pesquisa foram:

- Aeroporto internacional de Salvador (2100 entrevistas);
- Rodoviária Interestadual de Salvador (1500 entrevistas);
- Ferry-Boat (1200 entrevistas).

Os dados coletados na pesquisa de campo e apresentados neste documento, se referem aos períodos de Fevereiro, Maio e Setembro que correspondem à alta, média e baixa temporada, com aplicação de 1.600 (mil e seiscentos) questionários em cada período, totalizando 4800 (quatro mil e oitocentos) questionários, distribuídos conforme descrito a seguir:

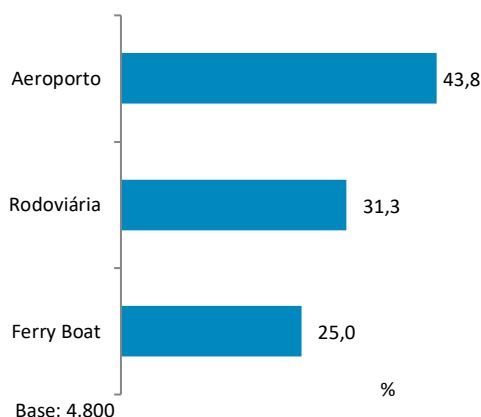


Gráfico 1: Local da entrevista

A análise dos dados coletados, por meio das entrevistas aplicadas nos locais apontados, considera para maioria das perguntas, os filtros: **turistas brasileiros e turistas estrangeiros**. Dessa forma é possível visualizar o perfil do turista que visitou Salvador nos períodos de fevereiro, maio e setembro, apontando as semelhanças e as distinções entre os perfis.

#### 4 PERFIL DA DEMANDA TURÍSTICA

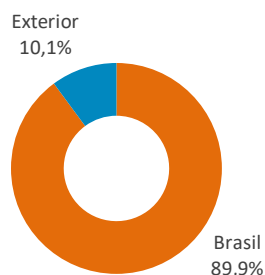
##### 4.1 Local de residência

O conhecimento sobre o local de residência do turista permite entender quais são os polos emissores de turistas para Salvador, no sentido dos países de origem de cada entrevistado que respondeu.

Conforme a tabela a seguir, 89,9% dos turistas entrevistados eram brasileiros e 10,1% estrangeiros.

Tabela 1: País onde o Sr.(a) reside?

Opção	Frequência	%
Brasil	4.315	89,9
Exterior	485	10,1
Total	4.800	100,0



Base: 4.800

Gráfico 2: País onde o Sr.(a) reside?

Dos turistas brasileiros, 56,8% são moradores do interior do Estado da Bahia, seguido por São Paulo (13,4%), Rio de Janeiro (4,7%), Pernambuco (3,6%), Minas Gerais (3,6%), Distrito Federal (2,7%), Ceará (2,2%), Sergipe (1,9%), Paraná (1,8%) e Rio Grande do Sul (1,5%), conforme o gráfico 3.

Dos turistas estrangeiros, o gráfico 5 detalha os países de residência, sendo: Argentina (25,6%), Espanha (9,9%), França (9,3%), Itália (7,2%), Portugal (7,0%), Alemanha (5,8%), Chile (5,2%), Estados Unidos (4,7%), Uruguai (3,9%) e Reino Unido (3,3%). Além disso, foi perguntando ao turista estrangeiro, por qual cidade chegou ao Brasil (desembarque) e 49,7% informaram Salvador – BA, São Paulo – GRU (24,5%), Rio de Janeiro (12,4%), Belo Horizonte – Confins (2,9%) e Foz do Iguaçu (2,3%), conforme o gráfico 6.



Gráfico 3: Qual Estado onde o Sr.(a) reside?

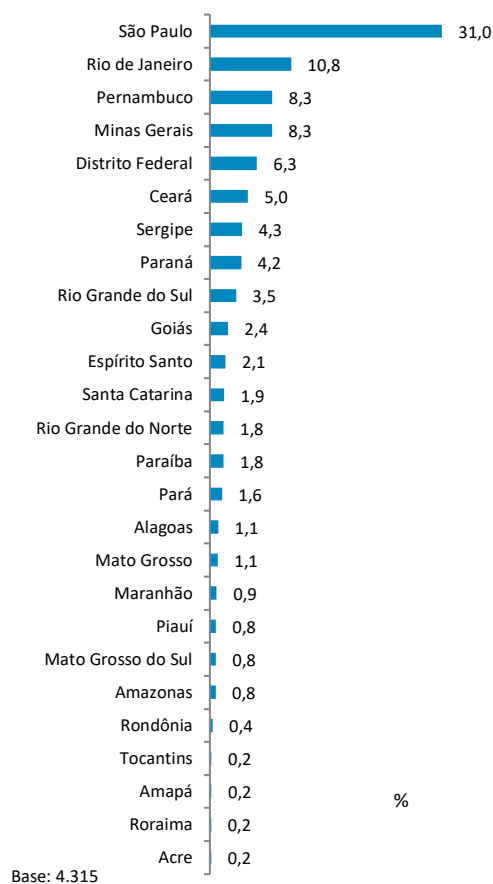


Gráfico 4: Estado de residência do turista (fora da Bahia)

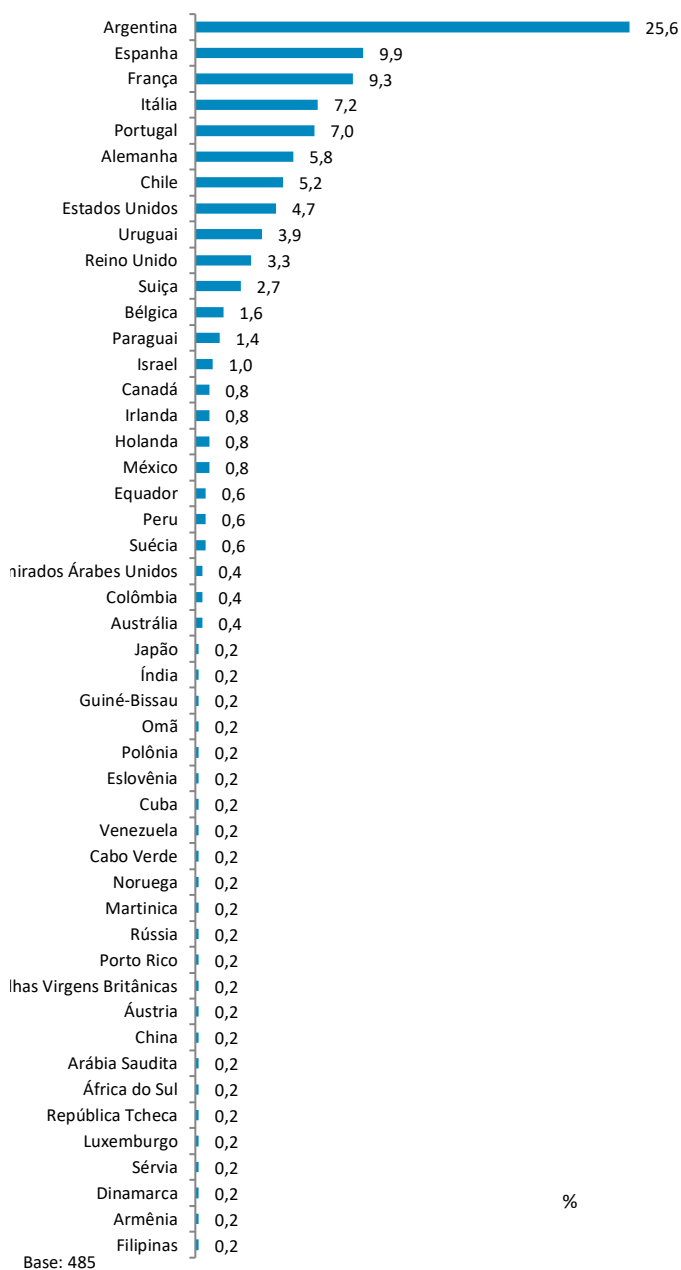


Gráfico 5: Qual País onde o Sr.(a) reside?

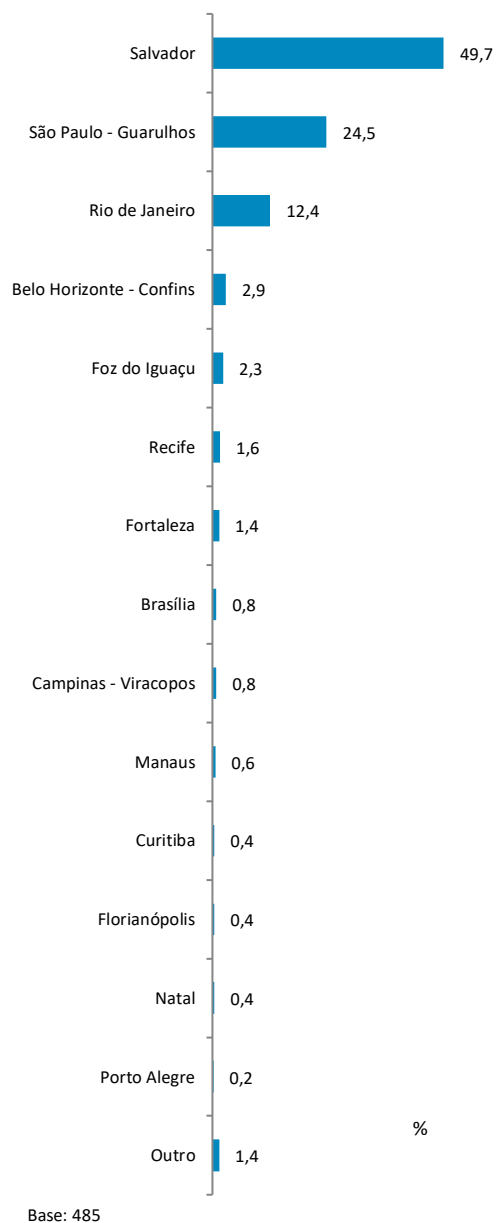


Gráfico 6: Por qual cidade o(a) Sr. (a) chegou ao Brasil?

## 4.2 Perfil Socioeconômico

### 4.2.1 Gênero

No quesito gênero há uma predominância do público feminino (50,5%) em relação ao masculino (49,5%).

Tabela 2: Sexo

Opção	Frequência	%
Masculino	2.377	49,5
Feminino	2.423	50,5
Total	4.800	100



Gráfico 7: Sexo

### 4.2.2 Faixa etária

Em relação a idade, os dados revelam uma concentração nas idades centrais de 26 a 50 anos. A faixa etária de 36 a 50 anos possui o maior percentual (32,8%), seguido de 26 a 35 (27,4%), 51 a 65 (17,2%) e 18 a 25 (16,9%). As faixas etárias de 14 a 17 e acima de 65 ficaram com percentuais baixos: 1,6% e 4,2%, respectivamente.

Tabela 3: Em qual destas faixas etárias se encaixa a sua idade?

Opção	Frequência	%
14 a 17	75	1,6
18 a 25	809	16,9
26 a 35	1.315	27,4
36 a 50	1.575	32,8
51 a 65	824	17,2
Acima de 65	202	4,2
Total	4.800	100,0

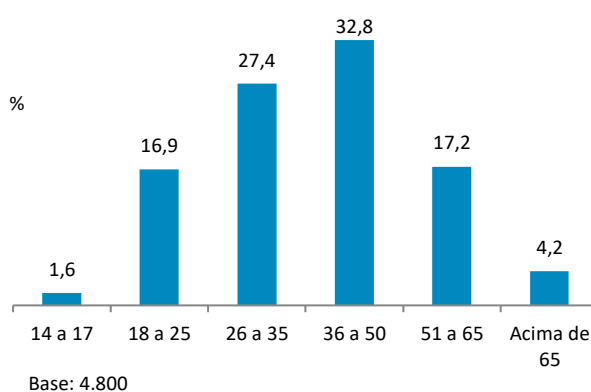


Gráfico 8: Em qual destas faixas etárias se encaixa a sua idade?

### 4.2.3 Escolaridade

Referente à escolaridade, entre os pesquisados, os maiores índices estão concentrados na categoria Ensino Médio (35,2%) e Curso superior (33,1%). Vale destacar também que boa parte (17,9%) dos turistas possuem pós-graduação. 12,9% dos entrevistados estão na categoria Ensino Fundamental.



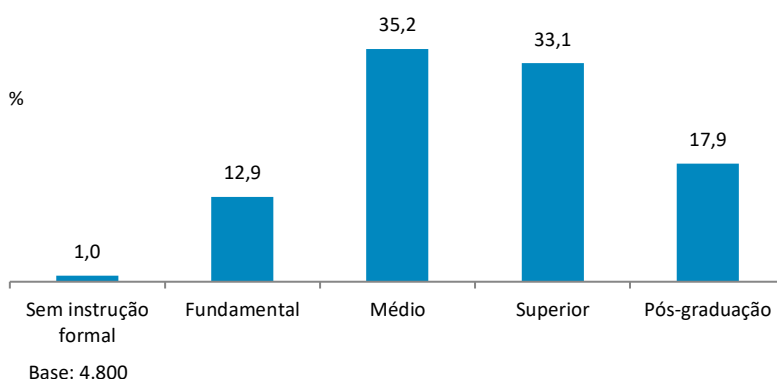


Gráfico 9: Qual o seu nível de escolaridade?

#### 4.2.4 Renda mensal média individual

A obtenção de respostas confiáveis sobre a renda média dos turistas que visitam um destino turístico é sempre um dos maiores desafios na realização de pesquisas sobre a demanda turística. Tal desafio é comprovado pelo alto percentual (22,3%) para a opção “Não sabe/não respondeu”. Mesmo com esta ocorrência, os dados coletados mostram uma concentração na faixa de renda mais de 1 a 2 salários mínimos (14,5%) seguido pela faixa de até 1 salário mínimo (14,2%). O que chama bastante atenção é a grande concentração (13,4%) na faixa de renda de mais de 10 salários mínimos.

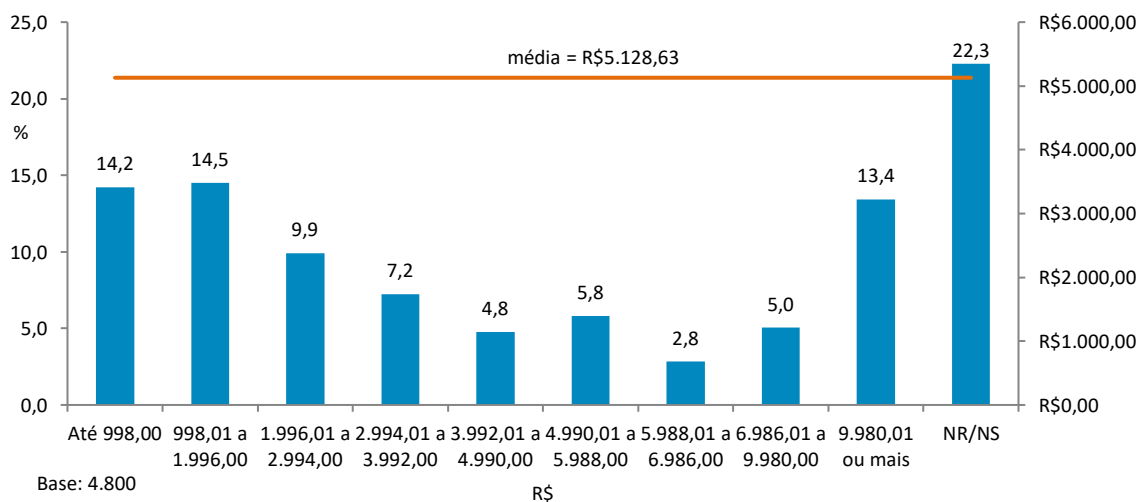


Gráfico 10: Qual é a sua renda mensal?

#### 4.2.5 Ocupação profissional principal

Os empregados do setor privado estão na primeira posição no ranking com 35,4%. À distância, encontram-se os empregados do setor público (15,1%), atuantes no mercado informal (10,2%),

Profissionais liberais (8,8%), Estudantes (7,3%), Aposentados/Pensionistas (7,1%) e Empresários (6,5%). Também foram indicadas as opções Desempregado (5,5%) e Dona de casa (4,0%).



Gráfico 11: Qual a sua ocupação principal?

### 4.3 Perfil do turista

#### 4.3.1 Com quem viaja

Dentre as informações que desenham os hábitos de viagem, a composição do grupo turístico se configura em uma das mais importantes, uma vez que existem diferenças substanciais de comportamento e expectativas, em relação ao destino turístico visitado, entre turistas que viajam sozinhos, em família ou em grupos.

No caso dos dados levantados pelas pesquisas de alta, média e baixa temporada de 2019, turistas que viajam a Salvador, prioritariamente viajam sozinhos (55,8%), seguido por acompanhados pela família (33,5%) e com amigos (11,5%).

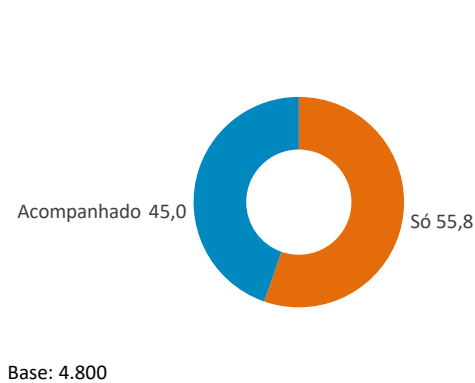


Gráfico 12: O(a) Sr.(a) está viajando: (RM)

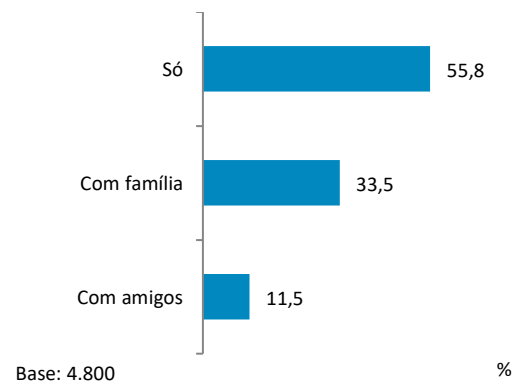


Gráfico 13: Quem está viajando com o(a) Sr.(a)?

### 4.3.2 Número de pessoas viajando

A média de pessoas que viajam à Salvador acompanhadas, incluindo o respondente, foi de 3 pessoas. A tabela e o gráfico a seguir apresentam as estatísticas desta variável.

Tabela 4: Quantas pessoas estão viajando, incluindo o(a) Sr.(a)?

Estatística	N° de Pessoas
Média	3
Mediana	2
Mínimo	2
Máximo	60
Desvio padrão	3
Base	2.052



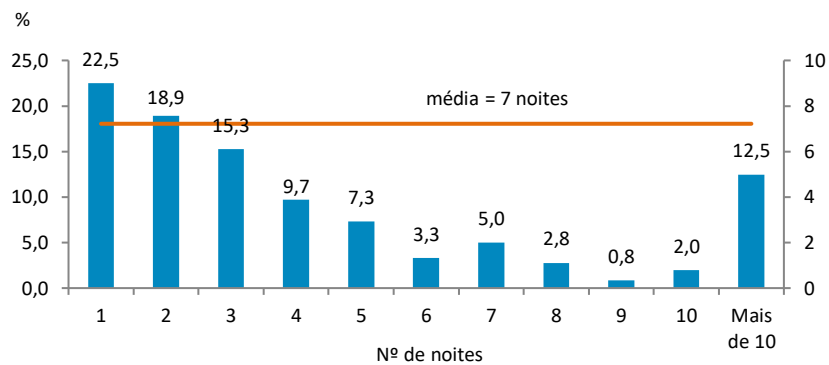
Base: 2.052

Gráfico 14: Quantas pessoas estão viajando, incluindo o(a) Sr.(a)?

### 4.3.3 Quantas noites dormiu em Salvador

O número de noites dormidas em Salvador foi uma variável muito importante para a pesquisa, uma vez que se a pessoa respondesse que não havia dormido nenhuma noite na cidade, a entrevista deveria ser encerrada. Isto deve-se ao fato de a pesquisa ser para investigar o perfil do “turista”, ou seja, aquele que pernoita no lugar.

Considerando as respostas dos turistas, 22,5% disseram ter pernoitado em Salvador apenas 1 noite. Em seguida no gráfico, aparecem: 2 noites (18,9%) e 3 noites (15,3%). Vale destacar a opção de mais de 10 noites que teve um percentual de 12,5.



Base: 4.800

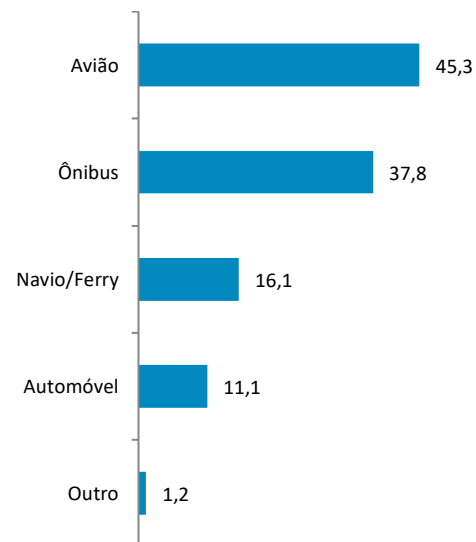
Gráfico 15: Quantas noites o(a) sr.(a) dormiu em Salvador nesta viagem?

#### 4.3.4 Meio de transporte para chegar à Salvador

O principal meio de transporte utilizado para chegar a Salvador é o avião (45,3%), seguido de ônibus (37,8%), navio/ferry (16,1%) e automóvel (11,1%).

Tabela 5: Qual meio de transporte o(a) Sr.(a) utilizou para chegar a Salvador? (RM)

Opção	Frequência	%
Avião	2.172	45,3
Ônibus	1.812	37,8
Navio/Ferry	775	16,1
Automóvel	531	11,1
Outro	58	1,2
Base	4.800	-



Base: 4.800

%

Gráfico 16: Qual meio de transporte o(a) Sr.(a) utilizou para chegar a Salvador? (RM)

Na opção “outro” foram mencionados outros meios de transportes para chegar à Salvador: Van (60,3%) e Lancha de Mar Grande (22,4%). As outras opções ficaram abaixo de 10%.

Tabela 6: Outro meio de transporte o(a) Sr.(a) utilizou para chegar a Salvador? (RM)

Opção	Frequência	%
Van	38	65,5
Lancha de Mar Grande	13	22,4
Táxi	5	8,6
Ambulância	1	1,7
Moto	1	1,7
Total	58	100,0

#### 4.3.5 Meio de hospedagem utilizado

Para as pesquisas de alta, média e baixa temporada de 2019, casa de parentes/amigos e hotel representaram os principais meios de hospedagem utilizados para permanência em Salvador, totalizando 47,2% e 32,3%, respectivamente. Em seguida vem casa/apartamento próprio (6,6%), casa/apartamento de aluguel (5,3%), pousada (3,6%), albergue (1,9%) e flat/apart (1,1%).

Tabela 7: Qual o meio de hospedagem o(a) Sr.(a) utilizou aqui em Salvador nesta viagem (RM)

Opção	Frequência	%
Casa de parentes/Amigos	2.266	47,2
Hotel	1.551	32,3
Casa/Apartamento próprio	316	6,6
Casa/Apartamento de aluguel	253	5,3
Pousada	174	3,6
Albergue	91	1,9
Flat/Apart	51	1,1
Outro	146	3,0
Base	4.800	-

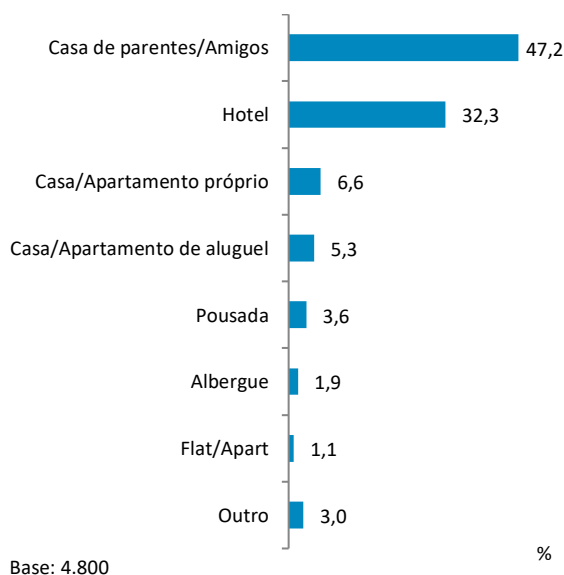


Gráfico 17: Qual o meio de hospedagem o(a) Sr.(a) utilizou aqui em Salvador nesta viagem? (RM)

A opção “outro” também foi respondida por alguns e as respostas variaram entre: Alojamento (29,7%), Hospital (24,6%) e Casa de apoio (18,8%). As demais opções ficaram abaixo de 10%, conforme a tabela 8.

Tabela 8: Qual o meio de hospedagem o(a) Sr.(a) utilizou aqui em Salvador nesta viagem? (RM)

Opção: Outro	Frequência	%
Alojamento	41	29,7
Hospital	34	24,6
Casa de apoio	26	18,8
Hostel	12	8,7
Trabalho	10	7,2
Resort	4	2,9
Convento	2	1,4
Barco	2	1,4
Navio	2	1,4
Embarcação	1	0,7
Escola	1	0,7
Casa de encontros religiosos	1	0,7
Quartel	1	0,7
República	1	0,7
Total	0	100,0

#### 4.3.6 Organização da viagem

No gráfico abaixo, as respostas indicam que a maioria (79,9%) dos turistas entrevistados planejaram e organizaram a viagem por conta própria. Em seguida aparecem as agências físicas de viagens (10,5%), sites de agências de viagens (5,8%), sites de companhias aéreas online (3,1%) e sites de meios de hospedagem (2,2%).

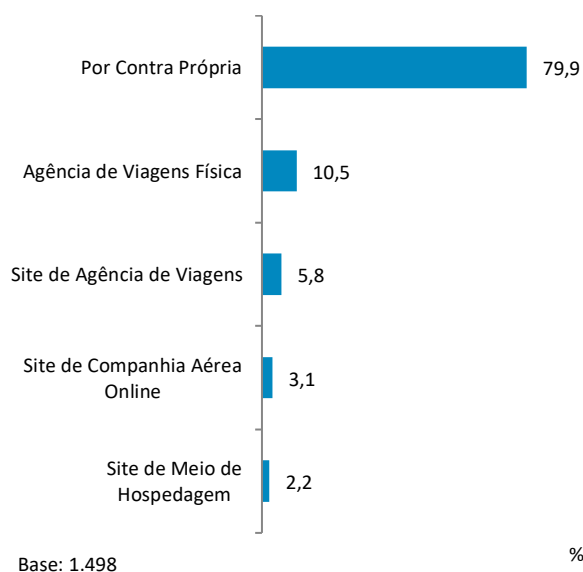


Gráfico 18: A sua viagem foi organizada através de...

#### 4.3.7 Gasto total aproximado

A média do gasto total da viagem para Salvador foi de R\$1.097,27. Já o gasto médio diário (GMDI) foi de R\$177,91.

Tabela 9: Qual o seu gasto total aproximado em Salvador, excluindo passagens ou pacotes comprados fora daqui?

Estatísticas	Gastos total (R\$)	GMDI (R\$)
Média	1.097,27	177,91
Mediana	400,00	75,00
Mínimo	0,00	0,00
Máximo	150.000,00	12.000,00
Desvio padrão	3.685,27	400,82
Base	4.672	4.672

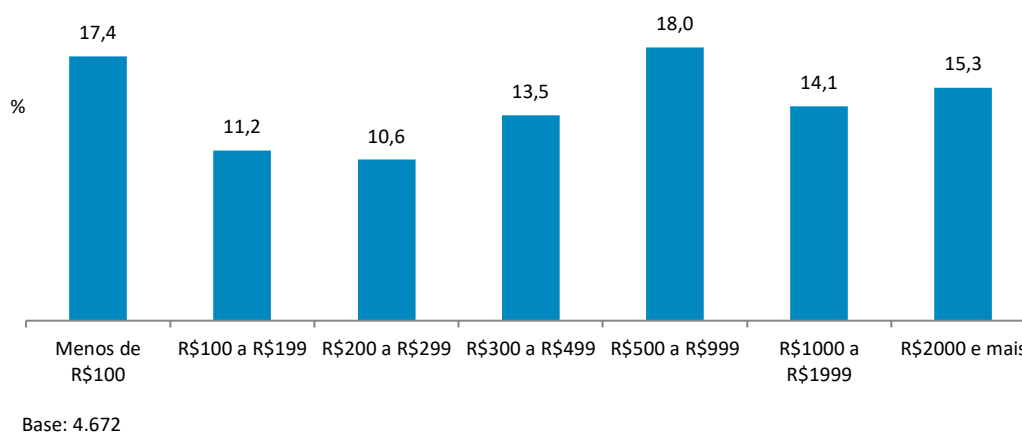


Gráfico 19: Qual o seu gasto total aproximado em Salvador, excluindo passagens ou pacotes comprados fora daqui?

#### 4.3.8 Composição dos gastos

No quadro geral das pesquisas de alta, média e baixa temporada para o ano de 2019, as médias dos gastos por serviços ficaram da seguinte forma: Alimentação (34,3%), Transporte dentro de Salvador (27,3%), Compras (17,2%), Hospedagem (13,7%), Espetáculos musicais/danças/teatros e museus (4,1%) e Guias e Excursões (1,7%).

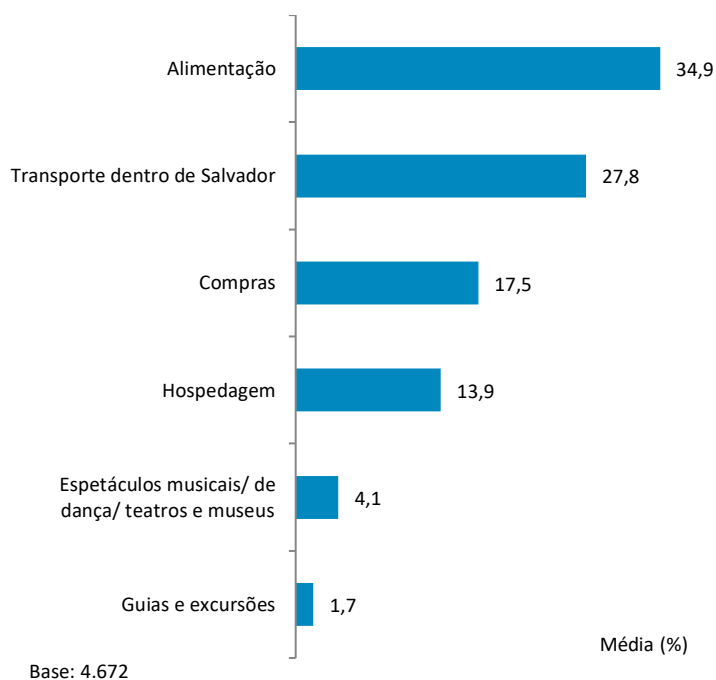


Gráfico 20: Deste total gasto, o(a) sr.(a) poderia me dizer quanto por cento foi gasto com cada um desses 6 itens que constam no cartão?

#### 4.3.9 Número de pessoas incluídas no gasto

A partir do gráfico nota-se que o número de pessoas que estão inclusas no total do gasto são: 1 (47,6%), 2 (28,6%), 3 (12,8%), 4 (6,3%), 5 (2,2%), 6 (1,1%), 7 (0,6%), 8 (0,2%), 9 (0,1%) e 10 (0,1%).

Tabela 10: Além do (a) sr. (a), quantas pessoas estão incluídas no total gasto?

Nº de pessoas	Frequência	%
1	2287	47,6
2	1374	28,6
3	616	12,8
4	302	6,3
5	107	2,2
6	54	1,1
7	28	0,6
8	11	0,2
9	5	0,1
10	4	0,1
11	6	0,1
15	1	0,0
16	2	0,0
62	1	0,0
81	1	0,0
82	1	0,0
Total	4.800	100,0

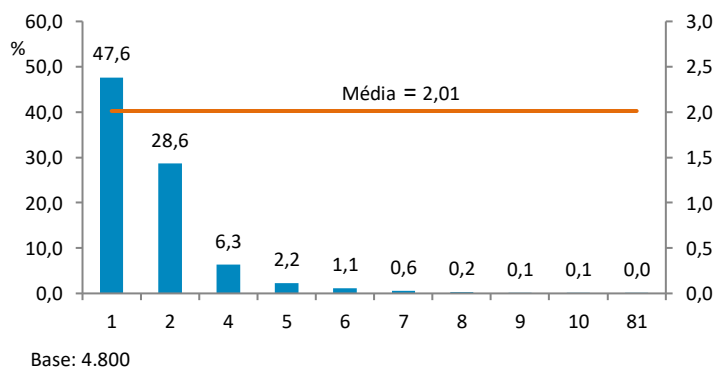


Gráfico 21: Além do (a) sr. (a), quantas pessoas estão incluídas no total gasto?



#### 4.3.10 Gasto efetivo x planejado

Quanto ao gasto planejado para a viagem, 70,7% dos turistas responderam que os gastos ficaram dentro do planejado. 20,1% declararam ter ficado acima do planejado e 9,2% abaixo do planejado.

Tabela 11: O seu gasto total foi o que o(a) Sr.(a) havia planejado, acima do planejado ou abaixo do planejado?

Opção	Frequência	%
Dentro do planejado	3.394	70,7
Acima do planejado	965	20,1
Abaixo do planejado	441	9,2
Total	4.800	100,0

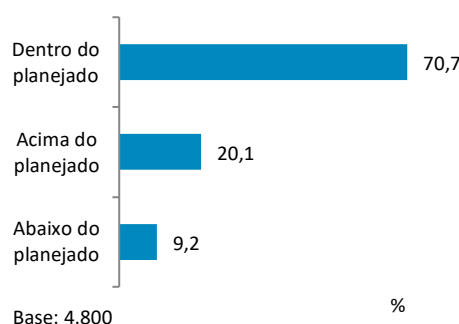


Gráfico 22: O seu gasto total foi o que o(a) sr.(a) havia planejado, acima do planejado ou abaixo do planejado?

#### 4.3.11 Motivo da viagem

O fenômeno turismo desencadeia diversos tipos de turismo e motivações: o de férias (busca-se o lazer), o cultural (novos conhecimentos), de negócios (relações comerciais e de trabalho), desportivo (representação em competições esportivas), saúde (tratamento médicos), religioso (paz espiritual), entre outros. Esses diversos tipos de turismo ou motivações turísticas estabelece-se pelas diferentes necessidades e desejos, e também pelo poder aquisitivo dos turistas.

Conhecer as motivações que são despertadas por determinado destino turístico propicia um detalhamento no planejamento de ações específicas para cada grupo, principalmente em relação à comunicação a ser estabelecida com cada nicho de mercado, a fim de receber com qualidade os diferentes grupos e públicos.

Nos questionários aplicados nas pesquisas de alta, média e baixa temporada de 2019, considerando o universo total de turistas brasileiros e estrangeiros, confirma-se que Salvador é um destino para visitar amigos e parentes, com percentual de 28,7% junto aos pesquisados.

A segunda maior motivação dos entrevistados para viajarem a Salvador nos períodos de alta, média e baixa temporada é Negócios ou trabalho, com percentual de 27,9%. Lazer vem em terceiro lugar com 23,9% e Saúde em quarto lugar com 12,0%. Em quinto lugar, com 3,9%, aparece Estudos ou cursos e em sexto, Congressos, feiras ou convenções com 2,2%.

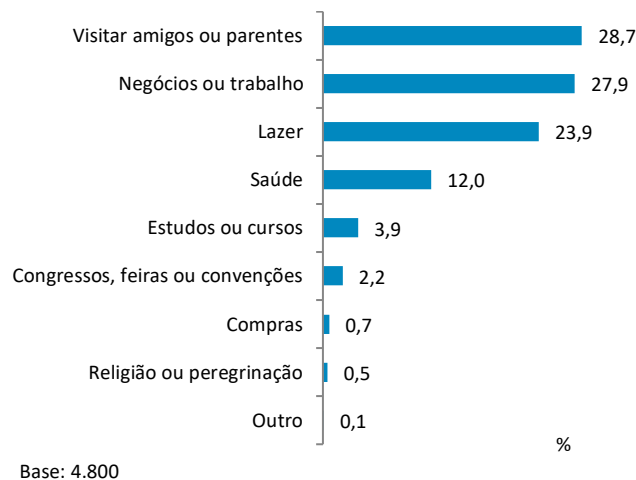


Gráfico 23: Qual foi o principal motivo da sua viagem a Salvador?

#### 4.3.12 Motivo principal “Lazer”

Para os entrevistados que vieram a Salvador a Lazer, 58,7% escolheram a cidade por conta dos Atrativos Naturais. Em segundo plano, o Patrimônio Histórico e Cultural foi a razão da escolha de 40,9%. Em terceiro lugar aparece os Eventos Populares com 23,5% e o Custo Total da Viagem também foi citado por 15,0%.

Tabela 12: Por que escolheu Salvador para esta viagem a lazer? (RM)

Opção	Frequência	%
Atrativos Naturais	674	58,7
Patrimônio histórico/cultural	469	40,9
Eventos populares	270	23,5
Custo total da viagem	172	15,0
Outro	94	8,2
Base	1.148	-

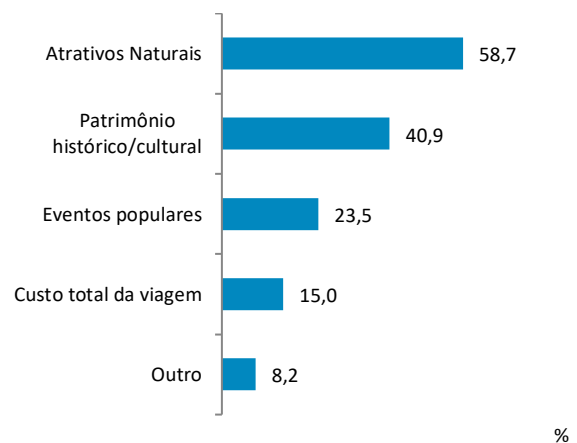


Gráfico 24: Por que escolheu Salvador para esta viagem a lazer? (RM)

Na opção “outro”, 31,9% indicaram que foram a Salvador a Lazer para conhecer a cidade, 17,0% afirmaram que escolheram o destino por conta da localidade e 14,9% por gostar da cidade.

Tabela 13: Por que escolheu Salvador para esta viagem a lazer? (RM)

Opção: Outro	Frequência	%
Conhecer a cidade	30	31,9
Localidade	16	17,0
Por gostar da cidade	14	14,9
Comodidade	7	7,4
Já conhecia o destino	6	6,4
Recomendação de amigos	5	5,3
Curiosidade	5	5,3
Ganhou a viagem	5	5,3
Aproveitar que o marido estava viajando a trabalho	1	1,1
Trazer um amigo para passear	1	1,1
Férias	1	1,1
Conhecer p cidade	1	1,1
Conhecemos todo o restante do nordeste e faltava Salvador	1	1,1
Pelo vento constante, bom para velejar	1	1,1
Total	94	100,0

#### 4.3.13 Itens importantes para escolha de Salvador como destino de viagem

Foi perguntado aos turistas quais itens teriam influenciado na escolha de Salvador como destino de viagem e o resultado foi: Colegas, amigos ou parentes (38,1%), conhecimento prévio do destino (17,7%), Internet (6,6) e Feiras, eventos e congressos (5,5%). 7,4% indicaram que não consultaram nenhuma fonte que tenha influenciado na escolha da capital baiana.

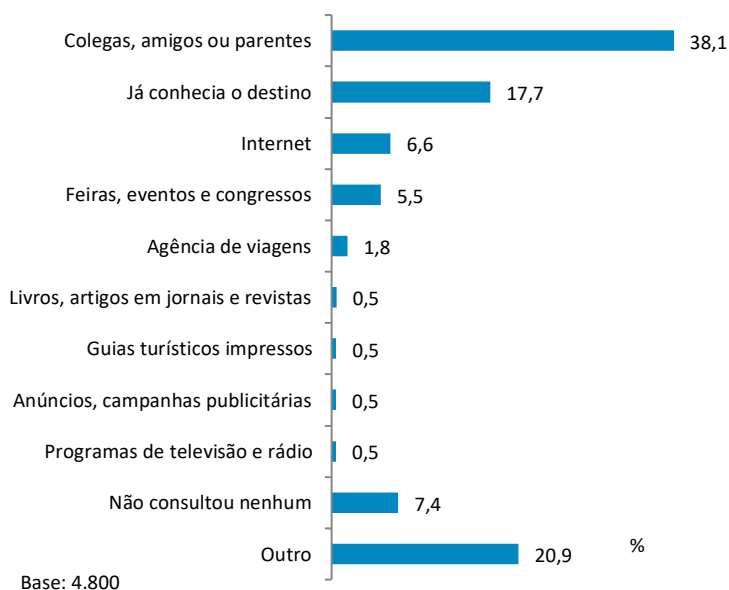


Gráfico 25: Qual destes itens foi o mais importante para a escolha de Salvador como destino dessa viagem?

A opção “Outro” teve Negócios ou trabalho (60,1%) como resposta, seguido de Saúde (23,7%) e Estudos ou cursos (5,8%).

Tabela 14: Qual destes itens foi o mais importante para a escolha de Salvador como destino dessa viagem?

Opção: Outro	Frequência	%
Negócios ou trabalho	602	60,1
Saúde	237	23,7
Estudos ou cursos	58	5,8
Turismo	23	2,3
Compras	15	1,5
Resolver problemas	15	1,5
Localidade	9	0,9
Indicação médica	8	0,8
Esportes	8	0,8
Trabalho e lazer	7	0,7
Atrativos naturais	6	0,6
Férias	6	0,6
Preços	5	0,5
Câmbio favorável	1	0,1
Documentos	1	0,1
Total	1.001	100,0

#### 4.3.14 Meios, serviços ou ferramentas usadas para o planejamento da viagem

Os avanços nas tecnologias digitais estão transformando o mundo à nossa volta em consequência o setor do turismo. A tecnologia permite um comportamento mais autônomo do turista em relação ao destino escolhido por meio de uma infinidade de informações disponibilizadas na internet desde o início do ciclo de vida da viagem.

As pesquisas de alta, média e baixa temporada de 2019 caminha nesse intuito para descobrir os meios, serviços e ferramentas digitais utilizadas para o planejamento da viagem.

A grande maioria dos entrevistados (72,7%) não consultou nenhuma fonte. Entre as fontes consultadas para a preparação da viagem, as Redes sociais aparecem em primeiro lugar, com 12,2%, seguidas por Sites de turismo em geral (9,8%), Site de resenhas sobre meios de hospedagem (5,9%) e Site de resenhas sobre destinos turísticos (5,3%). As demais opções ficaram abaixo dos 5%.

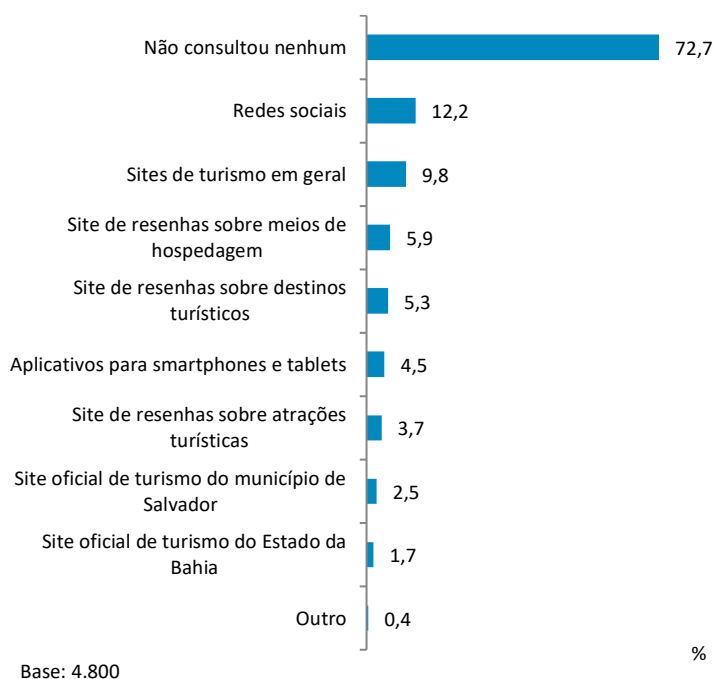


Gráfico 26: O(a) Sr.(a) fez consulta a alguma destas fontes para a preparação desta viagem? Quais? (RM)

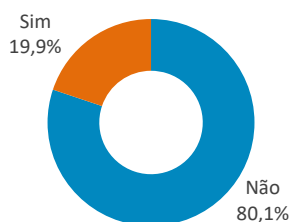
Na opção “outro”, 42,1% indicaram que consultaram os amigos para a preparação da viagem, 21,1% afirmaram que pesquisaram no Google Maps e 15,8% em agências de viagem.

Tabela 15: O(a) Sr.(a) fez consulta a alguma destas fontes para a preparação desta viagem? Quais? (RM)

Opção: Outro	Frequência	%
Amigos	8	42,1
Google Maps	4	21,1
Agência de viagem	3	15,8
Saúde	2	10,5
Guia de turismo	1	5,3
Televisão	1	5,3
Total	19	100,0

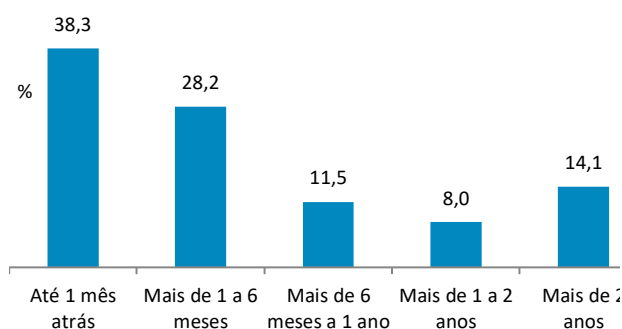
#### 4.3.151ª vez que visita Salvador

A partir dos resultados mostrados no gráfico a seguir, nota-se que 19,9% dos turistas estão visitando Salvador pela 1ª vez. Entre as pessoas que já conhecem a cidade, 38,3% estiveram na cidade até 1 mês atrás.



Base: 4.800

Gráfico 27: É a primeira vez que o(a) sr.(a) vem a Salvador?

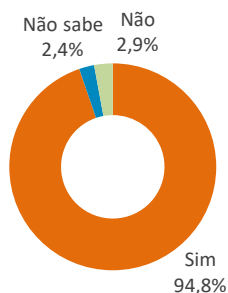


Base: 3.847

Gráfico 28: Quando foi a última vez que o(a) sr.(a) esteve em Salvador

#### 4.3.16 Intenção de voltar a Salvador

Foi perguntado aos entrevistados se eles pensam em voltar a Salvador e 94,8% dos turistas afirmaram que pretendem voltar a cidade.

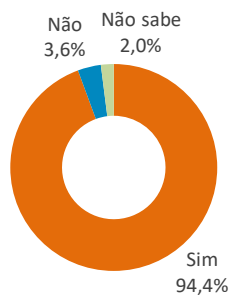


Base: 4.800

Gráfico 29: O(a) Sr.(a) pensa em voltar a Salvador?

#### 4.3.17 Recomendação de Salvador à outras pessoas

Quando perguntados sobre se recomendariam Salvador à outras pessoas, 94,4% dos entrevistados afirmaram que sim. 5,6% não sabem ou não recomendariam.



Base: 4.800

Gráfico 30: O(a) Sr.(a) recomendaria Salvador a outra pessoa?

#### 4.3.18 Avaliação dos Atrativos Turísticos

- Como o (a) sr. (a) avalia os atrativos turísticos de Salvador com relação à..., ou o (a) sr. (a) não foi/não consumiu...?

Em função de facilitar a visualização e comparação dos itens, foi elaborado o gráfico em radar. Esse gráfico apresenta a média de cada item avaliado (atrativos), sendo que a escala utilizada foi: 5 – Ótimo, 4 – Bom, 3 – Regular, 2 – Ruim e 1 – Péssimo. Sendo assim, destaca-se que o item com a melhor avaliação foi “Comida típica baiana” com avaliação média de 4,5 pontos, e os itens com a menor avaliação foram: “Praias”, “Centro histórico/Pelourinho” e “Esportes náuticos”, ambos com média 4,0. A média geral (de todos os itens) foi de 4,2 pontos.

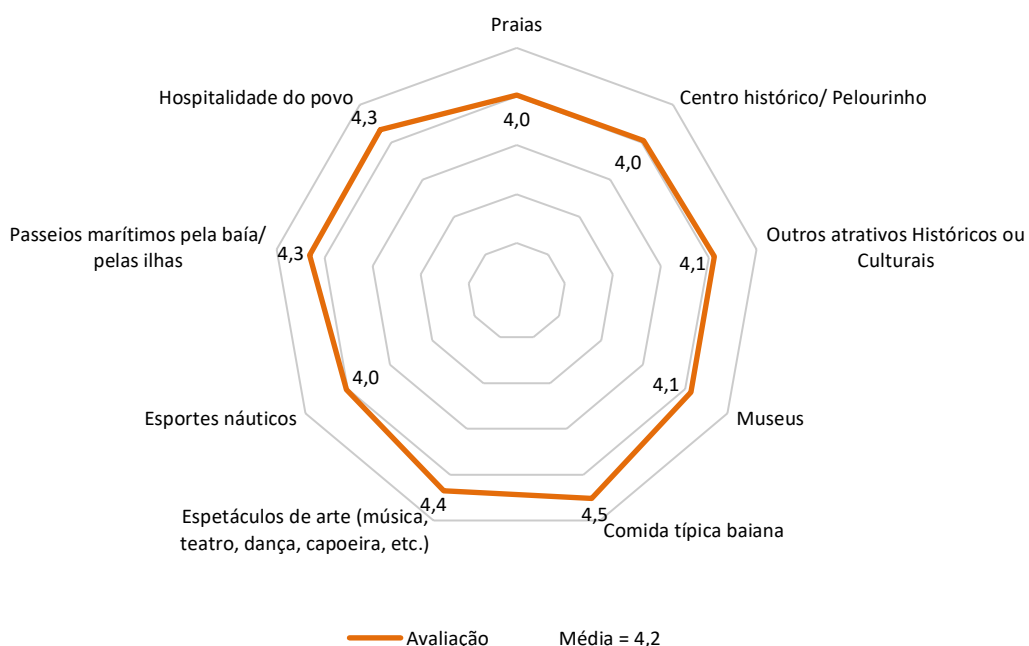


Gráfico 31: Avaliação dos atrativos turísticos em Salvador

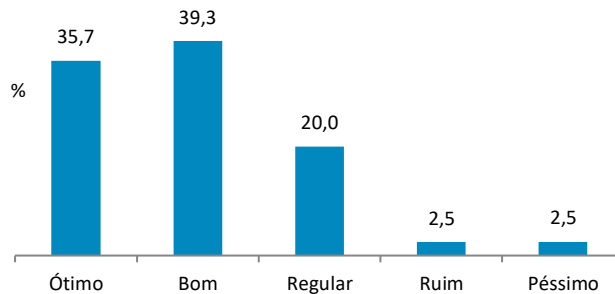
A seguir, são apresentadas as avaliações detalhadas dos Atrativos Turísticos de Salvador – BA.

As Praias foram avaliadas como Ótimo ou Bom por 75,0% dos entrevistados.

Tabela 16: Avaliação - Praias

Opção	Frequência	%
Ótimo	1380	35,7
Bom	1518	39,3
Regular	773	20,0
Ruim	95	2,5
Péssimo	98	2,5
Total	3.864	100,0

Nota: Não foi/Não consumiu: 19,5% de 4800



Base: 3.864 avaliações

Nota: Não foi/Não consumiu: 19,5% de 4800

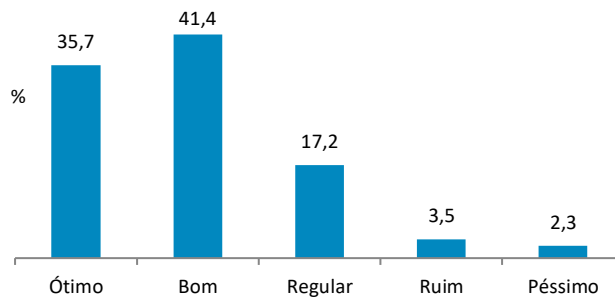
Gráfico 32: Avaliação - Praias

O Centro Histórico/ Pelourinho foi considerado Ótimo ou Bom por 77,1% da amostra, conforme o gráfico a seguir.

Tabela 17: Avaliação - Centro Histórico/  
Pelourinho

Opção	Frequência	%
Ótimo	1290	35,7
Bom	1499	41,4
Regular	621	17,2
Ruim	125	3,5
Péssimo	83	2,3
Total	3.618	100,0

Nota: Não foi/Não consumiu: 24,6% de 4800



Base: 3.618 avaliações

Nota: Não foi/Não consumiu: 24,6% de 4800

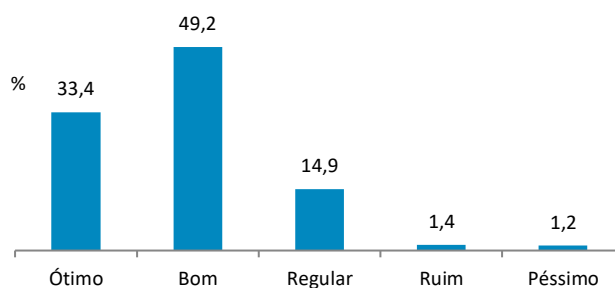
Gráfico 33: Avaliação - Centro Histórico/ Pelourinho

Outros Atrativos Históricos ou Culturais foram conceituados como Ótimo ou Bom por 82,6% da amostra.

Tabela 18: Avaliação - Outros atrativos  
Históricos ou Culturais

Opção	Frequência	%
Ótimo	1163	33,4
Bom	1714	49,2
Regular	519	14,9
Ruim	48	1,4
Péssimo	42	1,2
Total	3.486	100,0

Nota: Não foi/Não consumiu: 27,4% de 4800



Base: 3.486 avaliações

Nota: Não foi/Não consumiu: 27,4% de 4800

Gráfico 34: Avaliação - Outros atrativos Históricos ou Culturais

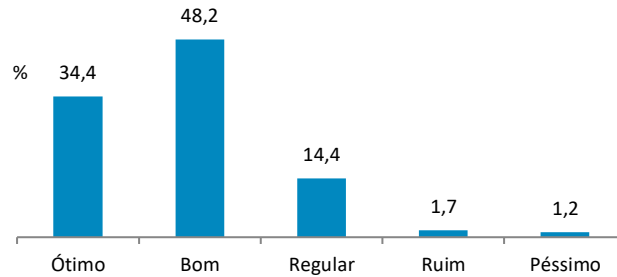


O item Museus foi considerado Ótimo ou Bom por 82,6% dos entrevistados. Vale destacar que 65,0% dos turistas não visitaram Museus.

Tabela 19: Avaliação - Museus

Opção	Frequência	%
Ótimo	578	34,4
Bom	810	48,2
Regular	242	14,4
Ruim	29	1,7
Péssimo	20	1,2
Total	1.679	100,0

Nota: Não foi/Não consumiu: 65,0% de 4800



Base: 1.679

Nota: Não foi/Não consumiu: 65,0% de 4800

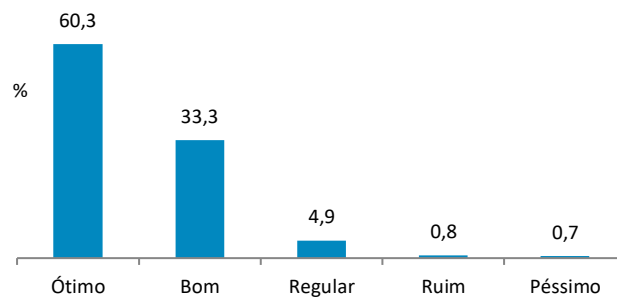
Gráfico 35: Avaliação - Museus

A Comida típica baiana obteve nos conceitos Ótimo e Bom 93,6%, sendo o mais alto índice de satisfação entre todos os tópicos abordados.

Tabela 20: Avaliação - Comida típica baiana

Opção	Frequência	%
Ótimo	2573	60,3
Bom	1419	33,3
Regular	210	4,9
Ruim	35	0,8
Péssimo	28	0,7
Total	4.265	100,0

Nota: Não foi/Não consumiu: 11,1% de 4800



Base: 4.265 avaliações

Nota: Não foi/Não consumiu: 11,1% de 4800

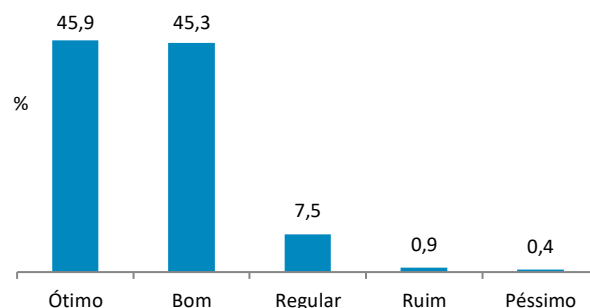
Gráfico 36: Avaliação - Comida típica baiana

No item Espetáculos de Arte, 91,2% dos entrevistados avaliaram como Ótimo ou Bom, ficando em segundo lugar no ranking geral dos atributos.

Tabela 21: Avaliação - Espetáculos de arte (música, teatro, dança, capoeira)

Opção	Frequência	%
Ótimo	1143	45,9
Bom	1129	45,3
Regular	186	7,5
Ruim	22	0,9
Péssimo	11	0,4
Total	2.491	100,0

Nota: Não foi/Não consumiu: 48,1% de 4800



Base: 2.491

Nota: Não foi/Não consumiu: 48,1% de 4800

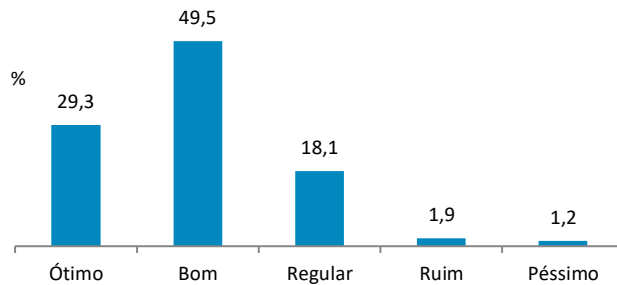
Gráfico 37: Avaliação - Espetáculos de arte (música, teatro, dança, capoeira, etc.)

Com relação aos Esportes Náuticos, 78,8% avaliaram de forma positiva (ótimo ou bom), porém 76,0% dos turistas não realizaram essa atividade durante a viagem.

Tabela 22: Avaliação - Esportes náuticos

Opção	Frequência	%
Ótimo	338	29,3
Bom	571	49,5
Regular	209	18,1
Ruim	22	1,9
Péssimo	14	1,2
Total	1.154	100,0

Nota: Não foi/Não consumiu: 76,0% de 4800



Base: 1.154

Nota: Não foi/Não consumiu: 76,0% de 4800

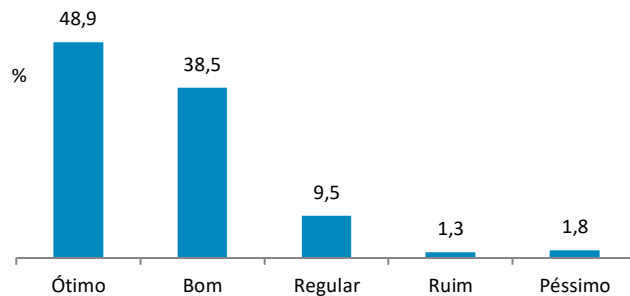
Gráfico 38: Avaliação - Esportes náuticos

Referente ao item Passeios Marítimos pela Baía/ Ilhas, 62,6% da amostra não realizaram. Os que consideraram Ótimo ou Bom foram 87,4% da amostra.

Tabela 23: Avaliação - Passeios marítimos pela baía/ pelas ilhas

Opção	Frequência	%
Ótimo	876	48,9
Bom	690	38,5
Regular	171	9,5
Ruim	24	1,3
Péssimo	32	1,8
Total	1.793	100,0

Nota: Não foi/Não consumiu: 62,6% de 4800



Base: 1.793 avaliações

Nota: Não foi/Não consumiu: 62,6% de 4800

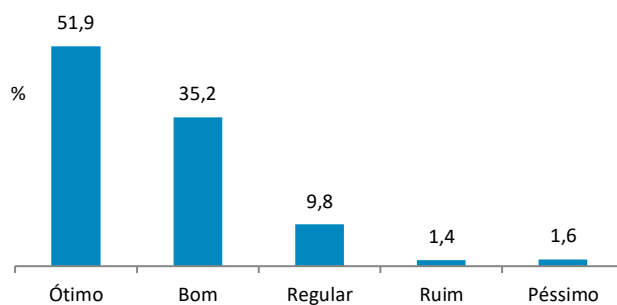
Gráfico 39: Avaliação - Passeios marítimos pela baía/ pelas ilhas

Conforme o gráfico a seguir, o item Hospitalidade do povo foi avaliado como Ótimo ou Bom por 87,1% dos entrevistados.

Tabela 24: Avaliação - Hospitalidade do povo

Opção	Frequência	%
Ótimo	2439	51,9
Bom	1654	35,2
Regular	462	9,8
Ruim	65	1,4
Péssimo	76	1,6
Total	4.696	100,0

Nota: Não foi/Não consumiu: 2,2% de 4800



Base: 4.696 avaliações

Nota: Não foi/Não consumiu: 2,2% de 4800

Gráfico 40: Avaliação - Hospitalidade do povo

#### 4.3.19 Avaliação dos Equipamentos e Serviços

- Como o(a) sr.(a) avalia os equipamentos e serviços turísticos de Salvador com relação à..., ou o(a) sr.(a) não foi/consumiu...?

Em função de facilitar a visualização e comparação dos itens, foi elaborado o gráfico em radar. Esse gráfico apresenta a média de cada item avaliado (serviços), sendo que a escala utilizada foi: 5 – Ótimo, 4 – Bom, 3 – Regular, 2 – Ruim e 1 – Péssimo. Sendo assim, destaca-se que os itens com a melhor avaliação foi: “Artesanato e produtos locais” com nota 4,3 e o item com a menor avaliação foi: “Serviços de Táxi” com nota 3,9. A média geral (de todos os itens) foi de 4,1.

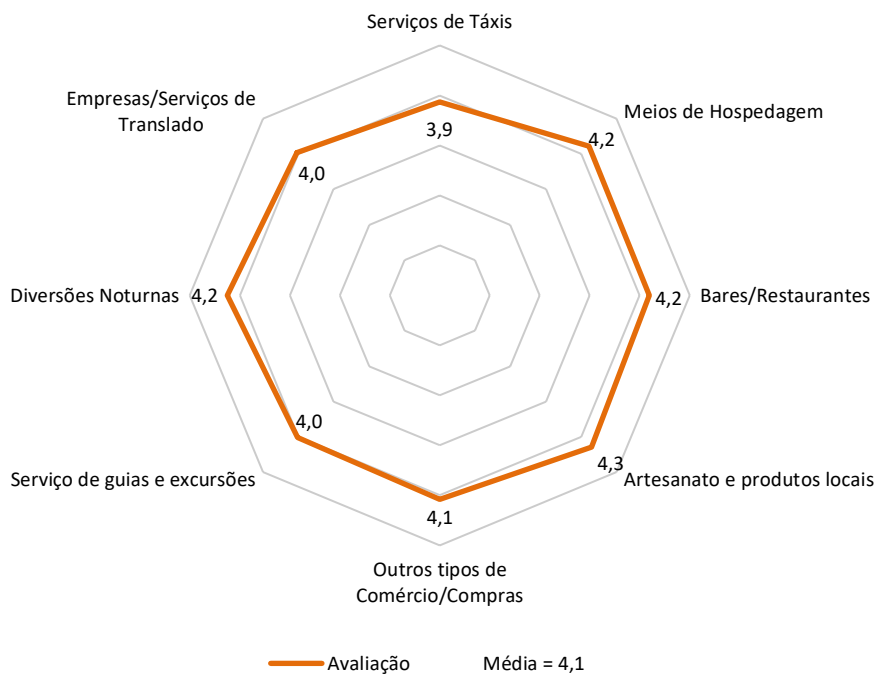


Gráfico 41: Avaliação dos serviços turísticos em Salvador

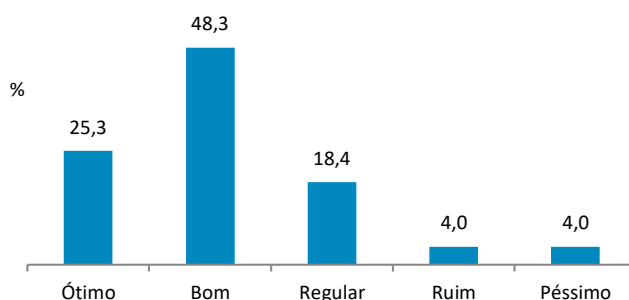
A seguir, são apresentadas as avaliações detalhadas dos Equipamentos e Serviços de Salvador – BA.

Os Serviços de Táxi foram considerados como Ótimo ou Bom por 73,6% do total dos entrevistados. 41,7% da amostra não utilizaram os referidos serviços.

Tabela 25: Avaliação - Serviços de Táxis

Opção	Frequência	%
Ótimo	708	25,3
Bom	1353	48,3
Regular	514	18,4
Ruim	113	4,0
Péssimo	111	4,0
Total	2.799	100,0

Nota: Não foi/Não consumiu: 41,7% de 4800



Base: 2.799 avaliações

Nota: Não foi/Não consumiu: 41,7% de 4800

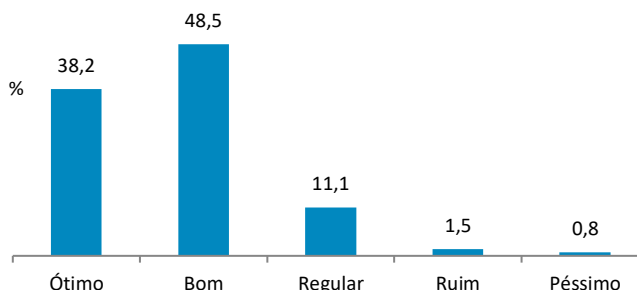
Gráfico 42: Avaliação - Serviços de Táxis

Em relação aos Meios de Hospedagem, 86,7% consideraram Ótimo ou Bom.

Tabela 26: Avaliação - Meios de Hospedagem

Opção	Frequência	%
Ótimo	1085	38,2
Bom	1377	48,5
Regular	316	11,1
Ruim	42	1,5
Péssimo	22	0,8
Total	2.842	100,0

Nota: Não foi/Não consumiu: 40,8% de 4800



Base: 2.842 avaliações

Nota: Não foi/Não consumiu: 40,8% de 4800

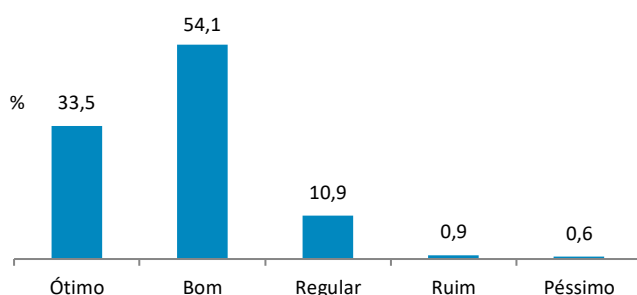
Gráfico 43: Avaliação - Meios de Hospedagem

No item Bares e Restaurantes, 87,6% consideram Ótimo ou Bom. Não frequentaram Bares e Restaurantes 16,3% da amostra.

Tabela 27: Avaliação - Bares/Restaurantes

Opção	Frequência	%
Ótimo	1347	33,5
Bom	2173	54,1
Regular	437	10,9
Ruim	37	0,9
Péssimo	23	0,6
Total	4.017	100,0

Nota: Não foi/Não consumiu: 16,3% de 4800



Base: 4.017 avaliações

Nota: Não foi/Não consumiu: 16,3% de 4800

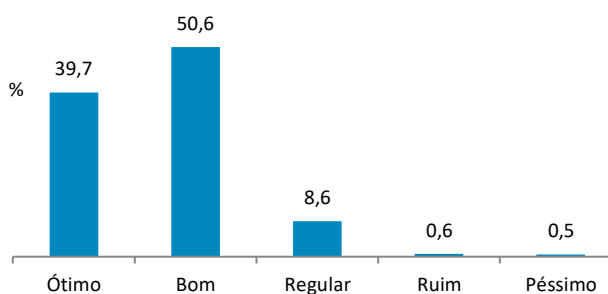
Gráfico 44: Avaliação - Bares/Restaurantes

No item Artesanato e Produtos Locais, 90,3% dos entrevistados consideraram Ótimo ou Bom. Este item não foi consumido por 33,1% da amostra.

Tabela 28: Avaliação - Artesanato e produtos locais

Opção	Frequência	%
Ótimo	1273	39,7
Bom	1625	50,6
Regular	277	8,6
Ruim	20	0,6
Péssimo	15	0,5
Total	3.210	100,0

Nota: Não foi/Não consumiu: 33,1% de 4800



Base: 3.210 avaliações

Nota: Não foi/Não consumiu: 33,1% de 4800

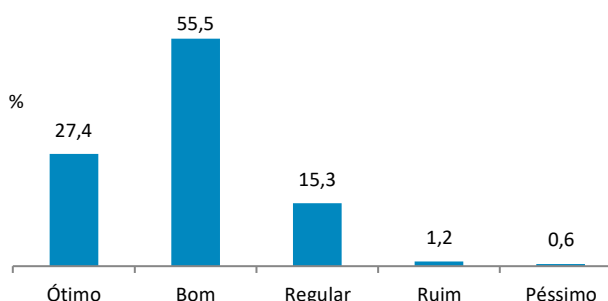
Gráfico 45: Avaliação - Artesanato e produtos locais

Em relação ao Comércio/Compras, 82,9% consideraram esse setor como Ótimo ou Bom.

Tabela 29: Avaliação - Outros tipos de Comércio/Compras

Opção	Frequência	%
Ótimo	973	27,4
Bom	1975	55,5
Regular	545	15,3
Ruim	42	1,2
Péssimo	21	0,6
Total	3.556	100,0

Nota: Não foi/Não consumiu: 25,9% de 4800



Base: 3.556 avaliações

Nota: Não foi/Não consumiu: 25,9% de 4800

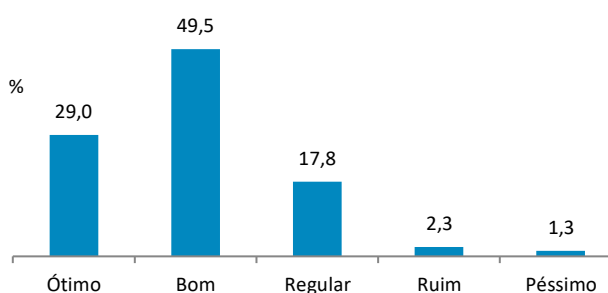
Gráfico 46: Avaliação - Outros tipos de Comércio/Compras

78,2% não utilizaram o Serviço de Guias e Excursões. Dos turistas que utilizaram, 78,5% avaliaram como Ótimo e Bom.

Tabela 30: Avaliação - Serviços de guias e excursões

Opção	Frequência	%
Ótimo	304	29,0
Bom	519	49,5
Regular	187	17,8
Ruim	24	2,3
Péssimo	14	1,3
Total	1.048	100,0

Nota: Não foi/Não consumiu: 78,2% de 4800



Base: 1.048 avaliações

Nota: Não foi/Não consumiu: 78,2% de 4800

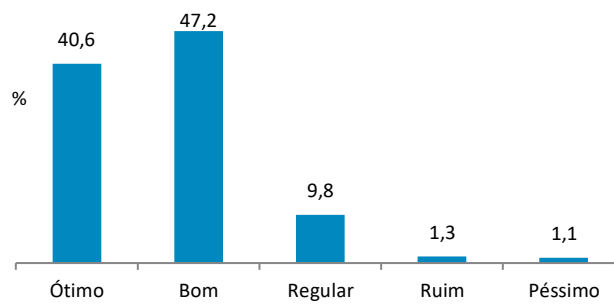
Gráfico 47: Avaliação - Serviços de guias e excursões

Em relação ao item Diversões Noturnas, 87,8% classificaram como Ótimo ou Bom. Nota-se que 50,8% da amostra não consumiram.

Tabela 31: Avaliação - Diversões Noturnas

Opção	Frequência	%
Ótimo	958	40,6
Bom	1113	47,2
Regular	232	9,8
Ruim	31	1,3
Péssimo	26	1,1
Total	2.360	100,0

Nota: Não foi/Não consumiu: 50,8% de 4800



Base: 2.360 avaliações

Nota: Não foi/Não consumiu: 50,8% de 4800

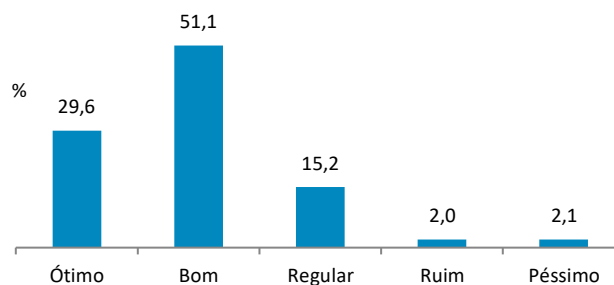
Gráfico 48: Avaliação - Diversões Noturnas

O gráfico a seguir apresenta que 71,0% dos entrevistados não utilizaram o Serviço de Translado. Dentre os turistas que utilizaram empresas/serviços de traslado, 80,7% avaliaram como Ótimo ou Bom.

Tabela 32: Avaliação - Empresas/Serviços de Translado

Opção	Frequência	%
Ótimo	412	29,6
Bom	711	51,1
Regular	212	15,2
Ruim	28	2,0
Péssimo	29	2,1
Total	1.392	100,0

Nota: Não foi/Não consumiu: 71,0% de 4800



Base: 1.392 avaliações

Nota: Não foi/Não consumiu: 71,0% de 4800

Gráfico 49: Avaliação - Empresas/Serviços de Translado

#### 4.3.20 Avaliação da Infraestrutura

- Como o(a) sr.(a) avalia a infraestrutura de Salvador com relação a:

Em função de facilitar a visualização e comparação dos itens, foi elaborado o gráfico em radar. Esse gráfico apresenta a média de cada item avaliado (infraestrutura), sendo que a escala utilizada foi: 5 – Ótimo, 4 – Bom, 3 – Regular, 2 – Ruim e 1 – Péssimo. Sendo assim, destaca-se que os itens com a melhor avaliação foram “Aeroporto” com média 3,8, “Terminal Rodoviário” e “Sinalização e informação turística” ambos com média 3,6 respectivamente. O item com a menor avaliação foi: “Ônibus Urbano” com nota 3,0. A média geral (de todos os itens) foi de 3,4 pontos.

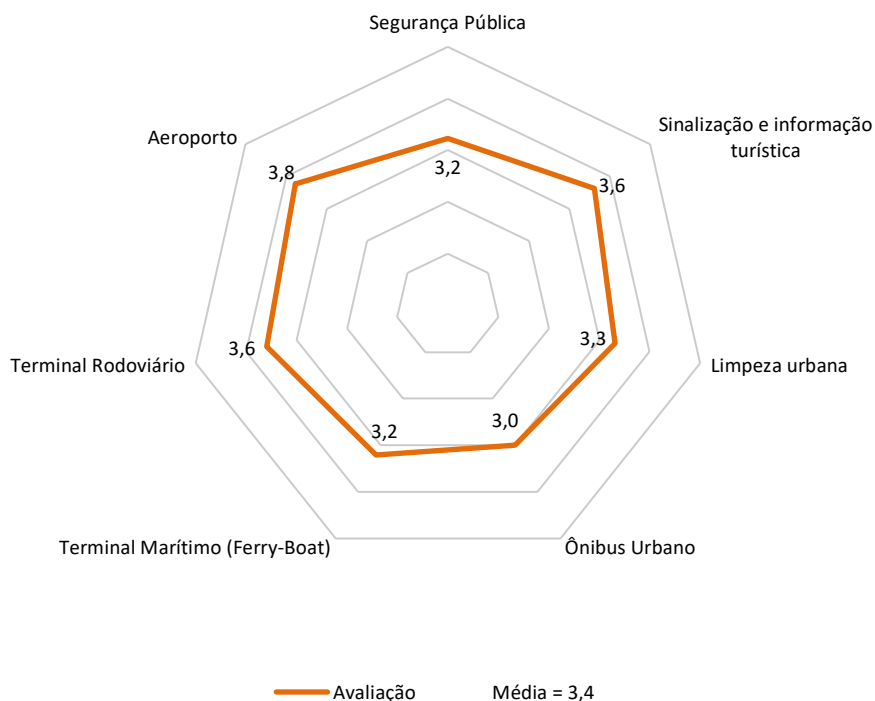


Gráfico 50: Avaliação da infraestrutura de Salvador

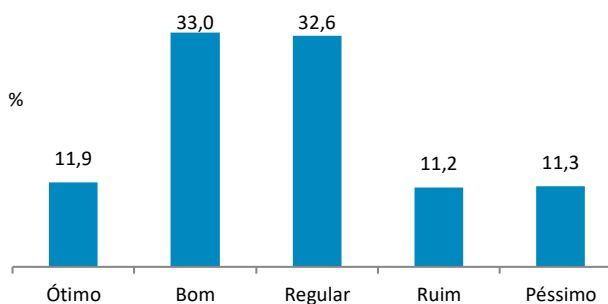
A seguir, são apresentadas as avaliações detalhadas da Infraestrutura de Salvador – BA.

No quesito Segurança Pública, 44,9% dos entrevistados avaliaram como Ótimo ou Bom. 22,5% dos entrevistados consideraram esse item como Ruim ou Péssimo.

Tabela 33: Avaliação - Segurança pública

Opção	Frequência	%
Ótimo	531	11,9
Bom	1476	33,0
Regular	1455	32,6
Ruim	501	11,2
Péssimo	506	11,3
Total	4.469	100,0

Nota: Não foi/Não consumiu: 6,9% de 4800



Base: 4.469 avaliações

Nota: Não foi/Não consumiu: 6,9% de 4800

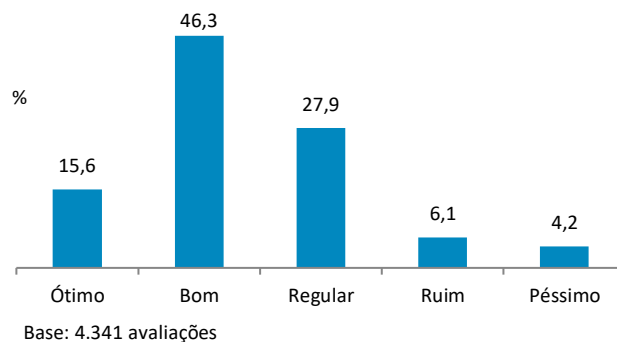
Gráfico 51: Avaliação - Segurança pública

Quanto à Sinalização e Informação Turística, 61,9% dos entrevistados consideraram este item como Ótimo ou Bom e 10,3% como Ruim ou Péssimo.

**Tabela 34: Avaliação - Sinalização e informação turística**

Opção	Frequência	%
Ótimo	676	15,6
Bom	2008	46,3
Regular	1209	27,9
Ruim	265	6,1
Péssimo	183	4,2
Total	4.341	100,0

Nota: Não foi/Não consumiu: 9,6% de 4800



Base: 4.341 avaliações

Nota: Não foi/Não consumiu: 9,6% de 4800

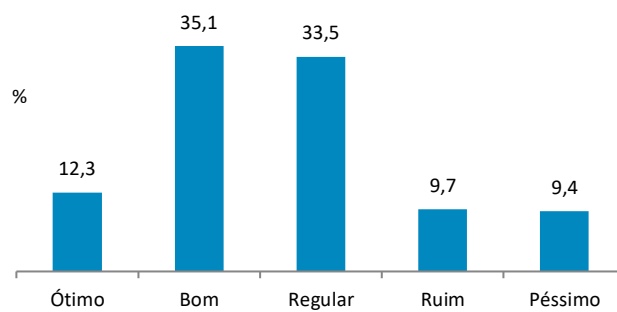
*Gráfico 52: Avaliação - Sinalização e informação turística*

No tópico Limpeza Urbana, 47,4% dos entrevistados consideraram Ótimo ou Bom e 19,1% avaliaram como Ruim ou Péssimo.

**Tabela 35: Avaliação - Limpeza urbana**

Opção	Frequência	%
Ótimo	580	12,3
Bom	1655	35,1
Regular	1579	33,5
Ruim	455	9,7
Péssimo	442	9,4
Total	4.711	100,0

Nota: Não foi/Não consumiu: 1,9% de 4800



Base: 4.711 avaliações

Nota: Não foi/Não consumiu: 1,9% de 4800

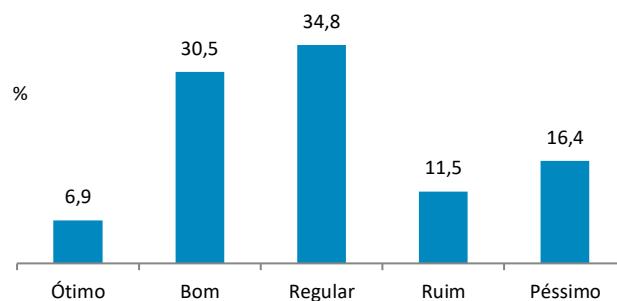
*Gráfico 53: Avaliação - Limpeza urbana*

Os Ônibus Urbanos foram avaliados como Ótimo ou Bom por 37,4% da amostra e Ruim ou Péssimo por 27,9%. 43,3% não utilizaram Ônibus Urbano durante sua viagem.

**Tabela 36: Avaliação - Ônibus Urbano**

Opção	Frequência	%
Ótimo	187	6,9
Bom	830	30,5
Regular	946	34,8
Ruim	312	11,5
Péssimo	445	16,4
Total	2.720	100,0

Nota: Não foi/Não consumiu: 43,3% de 4800



Base: 2.720 avaliações

Nota: Não foi/Não consumiu: 43,3% de 4800

*Gráfico 54: Avaliação - Ônibus Urbano*

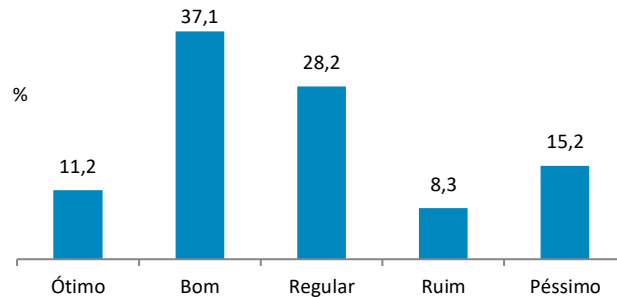


Em relação ao Terminal Marítimo, 48,3% consideraram Ótimo ou Bom e 49,7% afirmaram não ter ido/consumido.

Tabela 37: Avaliação - Terminal Marítimo (Ferry-Boat)

Opção	Frequência	%
Ótimo	271	11,2
Bom	895	37,1
Regular	680	28,2
Ruim	201	8,3
Péssimo	367	15,2
Total	2.414	100,0

Nota: Não foi/Não consumiu: 49,7% de 4800



Base: 2.414

Nota: Não foi/Não consumiu: 49,7% de 4800

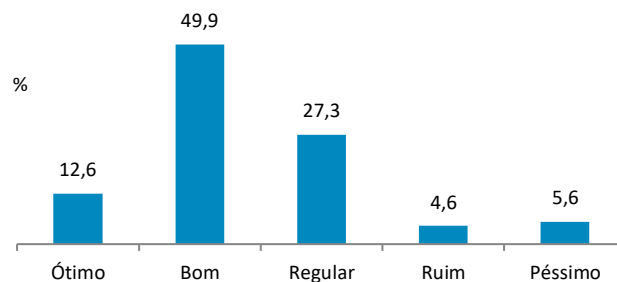
Gráfico 55: Avaliação - Terminal Marítimo (Ferry-Boat)

Quanto ao Terminal Rodoviário, 44,1% não utilizaram. Dos entrevistados que frequentaram, 62,5% avaliaram como Ótimo ou Bom.

Tabela 38: Avaliação - Terminal Rodoviário

Opção	Frequência	%
Ótimo	338	12,6
Bom	1339	49,9
Regular	733	27,3
Ruim	123	4,6
Péssimo	151	5,6
Total	2.684	100,0

Nota: Não foi/Não consumiu: 44,1% de 4800



Base: 2.684 avaliações

Nota: Não foi/Não consumiu: 44,1% de 4800

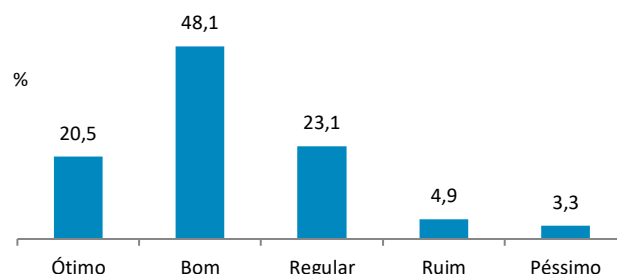
Gráfico 56: Avaliação - Terminal Rodoviário

O Aeroporto obteve avaliação de Ótimo ou Bom por 68,6% da amostra e 8,2% dos entrevistados classificaram como Ruim ou Péssimo.

Tabela 39: Avaliação - Aeroporto

Opção	Frequência	%
Ótimo	715	20,5
Bom	1677	48,1
Regular	806	23,1
Ruim	172	4,9
Péssimo	116	3,3
Total	3.486	100,0

Nota: Não foi/Não consumiu: 27,4% de 4800



Base: 3.486 avaliações

Nota: Não foi/Não consumiu: 27,4% de 4800

Gráfico 57: Avaliação - Aeroporto

#### 4.3.21 Comentários, sugestões ou críticas

Na pergunta sobre comentários, críticas ou sugestões, 63,5% não souberam ou não quiseram responder. As respostas que mais apareceram foram: melhorar a segurança pública (6,2%), melhorar o transporte público (2,1%), limpeza urbana (2,1%), assédio dos vendedores ambulantes (1,2%), melhorar o atendimento ao público (0,8%) e melhorar o trânsito (0,6%).

Tabela 40: O(a) Sr.(a) tem alguma sugestão ou crítica a fazer em relação a sua estadia aqui em Salvador?

Opção	Frequência	%
NR/NS	3048	63,5
Melhorar a segurança pública	296	6,2
Melhorar o transporte público	103	2,1
Limpeza urbana	101	2,1
Assédio dos vendedores ambulantes	59	1,2
Melhorar o atendimento ao público	39	0,8
Melhorar o trânsito	31	0,6
Melhorar a segurança e o transporte público	30	0,6
Informações turísticas	30	0,6
Preços elevados	29	0,6
Outras sugestões	1034	21,5
Total	4.800	100,0

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da análise dos dados, pode-se concluir que:

- No quesito gênero há uma predominância do gênero feminino (50,5%) em relação ao gênero masculino (49,5%);
- 89,9% dos turistas perguntados eram brasileiros e os países de origem dos turistas estrangeiros que mais apareceram foram Argentina, Espanha, França, Itália e Portugal.
- Em relação a idade, os dados revelam uma concentração nas idades centrais de 26 a 50 anos. A faixa etária de 36 a 50 anos possui o maior percentual (32,8%);
- Referente a escolaridade, os maiores índices estão concentrados na categoria Ensino Médio (35,2%) e Curso superior (33,1%);
- Os dados coletados mostram uma concentração na faixa de renda de mais de 1 a 2 salários mínimos (14,5%) e a segunda maior concentração é na faixa de renda de mais até 1 salário mínimo (14,2%);
- Os empregados do setor privado estão na primeira posição no ranking com 35,4%;
- Turistas que viajam a Salvador, prioritariamente viajam sozinhos (55,8%);
- A média de pessoas que viajam para Salvador, incluindo o respondente foi de 3 pessoas.
- O principal meio de transporte utilizado para chegar a Salvador é o avião (45,3%) seguido de ônibus (37,8%);
- Casa de parente/amigos e hotel representaram os principais meios de hospedagem utilizados para permanência em Salvador, totalizando 79,5% dos pesquisados;
- 79,9% dos turistas entrevistados planejaram e organizaram a viagem por conta própria;
- Quanto ao gasto planejado para a viagem, 70,7% dos turistas perguntados responderem que os gastos ficaram dentro do planejado;
- Considerando o universo total de turistas brasileiros e estrangeiros, confirma-se que Salvador, em alta, média e baixa temporada, é um destino para visitar amigos ou parentes, com percentual de 28,7% junto aos pesquisados. Dentre os turistas que optaram viajar a lazer, 58,7% escolheram a cidade por conta dos Atrativos Naturais;
- Colegas, amigos ou parentes (38,1%) teria sido o item que mais influenciou na escolha de Salvador como destino de viagem;
- A grande maioria dos entrevistados (72,7%) não consultaram nenhuma fonte para preparação da viagem;
- Notou-se que Salvador é uma cidade em que a maioria (80,1%) dos turistas não estão visitando pela 1ª vez;

- 94,8% dos turistas pesquisados afirmaram que pretendem voltar no município de Salvador;
- Um total de 94,5% dos entrevistados afirmou que recomendariam a cidade de Salvador à outras pessoas;
- A Comida típica baiana obteve nos conceitos Ótimo e Bom 93,6%, sendo o mais alto índice de satisfação entre todos os tópicos abordados;
- Quanto à avaliação dos equipamentos e serviços, o item Artesanato e Produtos Locais teve um alto percentual de aprovação: 90,3% consideram Ótimo ou Bom. Nos itens “Serviço de Translado” e “Serviço de Guias e Excursões” revela-se um índice expressivo de não utilização, 71,0% e 78,2%, respectivamente. Tal situação pode ter relação com o fato de a maioria dos turistas que viajaram para Salvador nos períodos de alta, média e baixa temporada optarem por visitar amigos e parentes, já que a opção lazer não é o principal motivo neste momento. Este também pode ser um dos motivos pelo qual 40,8% não utilizaram os serviços de Hospedagem.
- O Aeroporto teve a mais alta avaliação de Ótimo ou Bom, ficando com 68,6%, no quesito “Avaliação de infraestrutura”.

