

# RELATÓRIO

## PERCEPÇÃO DOS ARGENTINOS SOBRE O RIO GRANDE DO NORTE



## Sumário

<b>1 Aspectos técnicos da pesquisa.....</b>	<b>3</b>
<b>2 Principais resultados .....</b>	<b>4</b>
2.1 Perfil .....	4
2.2 Detalhes do voo .....	5
2.3 Aspectos da viagem .....	5
2.4 Gastos .....	6
2.5 Opinião sobre o RN .....	7
2.6 Avaliação dos serviços e infraestrutura .....	8
<b>3 Análise gráfica .....</b>	<b>9</b>
3.1 Perfil do público pesquisado.....	9
3.2 Detalhes do voo .....	12
3.3 Aspectos da viagem .....	16
3.4 Gastos no RN.....	19
3.5 Opinião sobre o RN .....	20
3.6 Avaliação dos serviços e infraestrutura .....	21

## 1 Aspectos técnicos da pesquisa

A pesquisa de satisfação do turista argentino que vem ao Rio Grande do Norte, realizada pela Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do RN (Fecomércio RN), por meio do Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento do Comércio (IPDC), teve como principal objetivo mostrar a satisfação dos turistas com o voo direto entre Natal e Buenos Aires. O trabalho analisou ainda outros fatores, como o perfil desse visitante, as razões que os levaram a escolher o nosso Estado para fazer turismo, seus gastos, e a mensuração do grau de satisfação com os serviços públicos utilizados no RN durante a estadia.

Esta pesquisa servirá como ferramenta para traçar diretrizes e estratégias, além de subsidiar ações para a melhoria no atendimento ao turista, e destacar quais setores merecem mais atenção dos órgãos responsáveis no intuito de conseguir atender à crescente demanda turística.

A metodologia utilizada para a pesquisa foi aplicação de questionários (survey). O material, estruturado, continha perguntas abertas e fechadas. Foram entrevistados 140 turistas argentinos que vieram e voltaram através do voo direto entre Natal e Buenos Aires, sem escalas e conexões. A aplicação da pesquisa ocorreu no Aeroporto Internacional Aluizio Alves, horas antes do embarque para Argentina, durante os dias 31 de outubro, 07 e 14 de novembro de 2015.

As entrevistas foram individuais, a amostragem realizada foi aleatória. O intervalo de confiança da amostra foi de 95%, e a margem de erro de 4 pontos percentuais dos resultados, para a amostra como um todo. Alguns resultados podem não fechar em 100% devido aos arredondamentos, bem como o fato de se ter perguntas de múltipla resposta na pesquisa.

Para a realização deste trabalho, o IPDC contou com uma equipe de entrevistadores devidamente treinados para este tipo de pesquisa e que falavam fluentemente o idioma dos turistas entrevistados. Durante o trabalho de campo, os questionários foram submetidos a um acompanhamento que se baseia na crítica e análise da consistência de 100% da amostra, com verificação no momento e local de realização das entrevistas.

## 2 Principais resultados

### 2.1 Perfil

A pesquisa mostrou certa homogeneidade nas respostas, dado que 60% dos entrevistados foram mulheres e 40% homens, tendendo a refletir a opinião geral dos turistas independente do sexo. Além disso, é possível observar que a maioria dos turistas argentinos que visitaram o Rio Grande do Norte são adultos, visto que 61,4% possuem entre 26 e 50 anos. Podemos constatar que a maioria da amostra é constituída, ainda, por pessoas ativas, que têm o hábito de viajar durante o período de férias ou em épocas diferentes do ano.

Quanto ao grau de escolaridade dos turistas argentinos, a maioria (68,3%) possui nível superior ou mais; enquanto que 29,5% têm formação escolar de nível médio concluído; e apenas 2,2% possuem ensino fundamental ou não têm instrução. O nível superior e médio alcançaram os maiores resultados, revelando que os indivíduos com maior grau de escolaridade apresentam mais predisposição para viajar.

No que diz respeito à renda mensal individual dos entrevistados, 43,6% dos que responderam à pesquisa possuem rendimentos na faixa que vai de \$ 1.524 a \$ 2.286 dólares, representando a maior parte da amostragem. 23,6% dos entrevistados declararam ter renda mensal de \$ 2.286 a \$ 3.047 dólares, e 20% contam mensalmente com rendimentos na faixa de \$ 762 a \$ 1.524 dólares; 2,9% dos que responderam à pesquisa possuem renda mensal acima dos \$ 3.047 dólares. Observa-se que 70% dos entrevistados se inserem na faixa de renda mensal acima dos \$ 1.524 dólares, revelando que a maioria dos turistas argentinos que se propõem a viajar a passeio tem um poder aquisitivo de médio a alto.

Um dado que chama a atenção na pesquisa é que a maioria dos turistas argentinos vem de famílias constituídas: 47,1% dos argentinos entrevistados são casados e viajaram na companhia da família (51,4%). Vale ressaltar que 46,4% são solteiros e viajaram com amigos (39,3%) A maior parte dos argentinos são de Buenos Aires (80%), todavia, entre os entrevistados estiveram pessoas que vieram de outras cidades do país.

## **2.2 Detalhes do voo**

O levantamento verificou que o voo direto (sem escalas e conexões) atraiu argentinos que nunca tinham visitado o Rio Grande do Norte. Cerca de nove em cada dez (87,1%) dos entrevistados confirmaram que era a primeira vez que visitavam o RN, e somente 12,9% disseram que, em outras oportunidades, já haviam conhecido o Estado. Por conta do voo direto, os turistas argentinos manifestaram interesse em retornar, uma vez que a grande maioria (cerca de 94,3%) respondeu positivamente à questão; apenas 5,7% disseram que esse fato não interfere no interesse em vir outras vezes ao Rio Grande do Norte.

Referente à avaliação do voo direto (Natal-Argentina), a grande maioria dos argentinos entrevistados ficou satisfeita com mais essa opção e elogiou o serviço. 47,9% consideraram como bom, seguido por 46,4% ótimo, visto que o voo diminuiu o tempo do percurso e os transtornos que ocorriam durante as escalas e conexões. Os turistas que consideraram o voo como regular somaram 5%, e os que consideraram ruim somaram 0,7%.

85% dos argentinos entrevistados disseram que não há o que melhorar com relação ao voo direto (Argentina-Natal), apesar disso, 15% dos turistas afirmaram que sempre tem algo a aprimorar, e entre as sugestões de melhorias estão a comida oferecida, a acomodação dos passageiros, o espaço do voo, incluir TV, mais conforto para os tripulantes, mais voos durante a semana, melhor organização, entre outras.

Já com relação às dificuldades encontradas no desembarque no aeroporto Aluizio Alves, os turistas reclamaram principalmente da falta de transporte no local. Alguns turistas enfrentaram dificuldades para se comunicar e encontrar informações. Mesmo assim, 83,7% dos entrevistados se mostraram satisfeitos e falaram que não enfrentaram nenhuma dificuldade na chegada ao RN.

## **2.3 Aspectos da viagem**

Para 93,7% dos argentinos entrevistados, o RN é um estado para se fazer turismo, visto que esta foi a principal motivação da viagem ao Estado. Outros 3,5% visitaram amigos e parentes, e 1,4% dos entrevistados vieram participar de eventos/congressos, ou viajaram por motivos de religião. A maioria vem a lazer, uma parcela menor, porém importante pela média de gastos, vem devido a outros afazeres. Em comum, os turistas estrangeiros têm a satisfação com a experiência da viagem.



Quando questionados sobre o porquê de terem escolhido o RN como destino turístico, 88,6% destacaram os atrativos naturais; 10,7% afirmaram ter feito a escolha devido a atrativos históricos culturais; 9,3% informaram que foi devido aos baixos preços e promoções; e 1,4% em razão da culinária do nosso Estado. Além disso, dados da pesquisa revelam que 29,3% dos entrevistados planejaram a viagem ao RN há três meses antes da data de partida; 26,4% há dois meses; 20,7% há seis meses; 14,4% há um mês; e 5% planejaram com um ano de antecedência. Somente 3,6% dos argentinos tomaram a decisão no mês que antecedeu a viagem.

No que diz respeito à solicitação dos serviços de agência de turismo, a maioria (80%) optou por não os utilizar; enquanto que 20% dos argentinos consultados afirmaram que solicitaram serviços de agências. Dentre os solicitados, 40,7% contrataram serviços extras, 23,1% reserva de hospedagem, 24,2% emissão de bilhetes e 12,1% definição de roteiros.

A maior parte (50,7%) dos entrevistados afirmou que a influência da viagem deveu-se aos comentários de amigos e familiares (boca a boca). Logo após, com percentual bastante significativo, aparece a internet, com 43,6% das respostas; seguida por aqueles que já conheciam o local (3,6%) e que tomaram conhecimento através de agência de viagem (2,9%), ou por propaganda (1,4%).

Os hotéis foram os meios de hospedagem escolhidos por quase metade dos turistas argentinos. A opção hotel é citada em 49,6% dos entrevistados, seguida da opção pousada (31,9%). O flat, camping e o albergue têm baixa preferência entre os turistas argentinos, e juntos somaram apenas 7,1% do total. A opção casa de amigos ou familiares correspondeu a 3,5% das respostas.

## 2.4 Gastos

Além dos meios de hospedagem, o turismo ajuda a movimentar outros segmentos da economia, tais como bares, restaurantes, transportes, casas noturnas, comércio local, entre outros.

Com relação à divisão dos gastos por segmento, observou-se que o setor que ficou com a maior fatia foi o de alimentação/bebidas, com 80% do valor gasto total, seguido dos setores de diversão/passeio (71,4%), hospedagem (65,7%), compras (52,1%) e transporte local (40%). Vale destacar que essa pergunta era de múltipla resposta, logo, o entrevistado poderia, por exemplo,

dizer que o gasto no estado estava relacionado a itens descritos. Por este motivo, quando somados os resultados superam os 100%.

O gasto médio total dos argentinos foi feito com base nas respostas dos próprios entrevistados que falavam o valor que acreditavam ter gasto durante os dias que permaneceram no RN. Considerando que os turistas passaram em média oito dias na cidade, acompanhados de mais uma pessoa, podemos estimar que o gasto médio diário individual por item foi: R\$ 81,21 (oitenta e um reais e vinte e um centavos) com hospedagem; R\$ 98,86 (noventa e oito reais e oitenta e seis centavos) com alimentação/bebidas; R\$ 49,43 (quarenta e nove reais e quarenta e três centavos) com transporte local, incluindo combustível; R\$ 88,27 (oitenta e oito reais e vinte e sete centavos) com diversão e passeios; e R\$ 64,44 (sessenta e quatro reais e quarenta e quatro centavos) com compras no comércio local. Somando esses valores verificamos que, na média, cada turista argentino gastou por dia no Estado R\$ 382,20 (trezentos e oitenta e dois reais e vinte centavos).

## ***2.5 Opinião sobre o RN***

O turismo é um dos maiores segmentos da economia, com considerável potencial de geração de emprego e renda, e o Rio Grande do Norte é repleto de atrativos turísticos e potencialidades prontas para serem exploradas. Entre essas potencialidades destacam-se os atrativos naturais, sobretudo, a exuberância das praias. Outro fator que chama a atenção é a hospitalidade do potiguar, que é reconhecida positivamente além das fronteiras do estado. A forma acolhedora e a simpatia do povo são também razões que geram um alto índice de retorno.

Acerca dos itens que mais agradaram os argentinos, a pesquisa comprova que indiscutivelmente os atrativos naturais (96,4%) são os mais elogiados pelos viajantes. Em seguida aparecem os preços cobrados (25%), a infraestrutura (22,9%) e a limpeza pública (22,1%). Logo após surgem a segurança (15,7%), os atrativos históricos e culturais (15%), o atendimento (13,6%), o comércio (7,1%) e as informações turísticas (1,4%). Nesta questão os entrevistados poderiam citar mais de uma resposta, o que torna o somatório dos resultados superior a 100%.

Mediante os dados da pesquisa, é válido afirmar que a viagem para esses argentinos foi satisfatória, visto que as suas expectativas foram atendidas. 62,9% dos pesquisados disseram que

gostaram, e para 35,7% as expectativas foram superadas positivamente. A imensa maioria (99,3%) dos turistas argentinos recomendaria o Estado como destino turístico; enquanto que apenas 0,7% não indicariam.

## ***2.6 Avaliação dos Serviços e Infraestrutura.***

Os pesquisados deveriam avaliar a qualidade de alguns itens de determinados setores do turismo. As notas variavam de 1 a 10, sendo 1 correspondente a insatisfeito, e 10, a muito satisfeito. Ao avaliarem os quesitos verificou-se que o acesso ao aeroporto e transporte obteve a menor nota média dos entrevistados (7,5), enquanto que os atrativos naturais tiveram a melhor nota média (9,5). A diferença da melhor nota para a segunda melhor, que foi a hospitalidade do povo (9,2), é bem pequena, o que implica que os entrevistados também se agradaram bastante da receptividade.

O terceiro item melhor avaliado foi os meios de hospedagem, com uma nota média de 8,4. Já os locais de alimentação, os bares e restaurantes, tiveram a quarta melhor avaliação do turista (8,3), ficando empatado com a qualidade dos serviços oferecidos (8,3). A limpeza urbana e a segurança aparecem em seguida, ambas com avaliação média de 8,1. Os preços cobrados tiveram uma boa avaliação dos turistas (8,0), assim como a diversão (8,0). A estreita variação das médias ratifica a escolha dos atributos utilizados na pesquisa, pois a maioria deles recebeu importância média acima de 8,0.

Os atributos que tiveram as menores médias na avaliação dos argentinos foram: acesso e transporte (7,5); atrativos históricos e culturais (7,7); comércio (7,7); e informações e sinalizações turísticas (7,9).

De modo geral, o Rio Grande do Norte surpreendeu as expectativas dos turistas argentinos e foi bem avaliado pela grande maioria dos entrevistados.

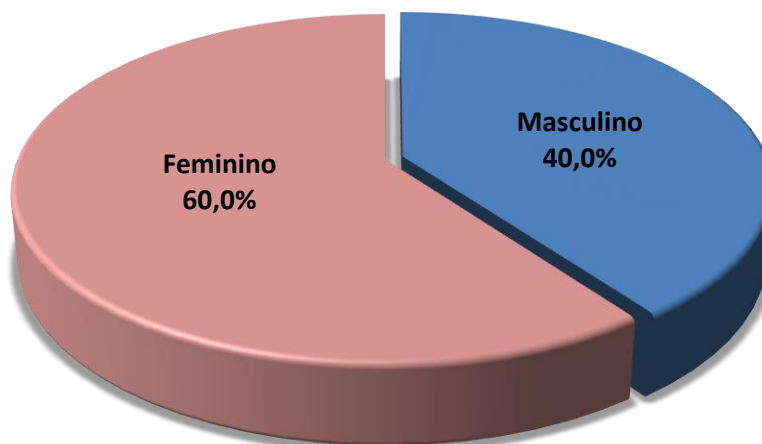
Esses e outros resultados podem ser vistos ao longo do relatório.



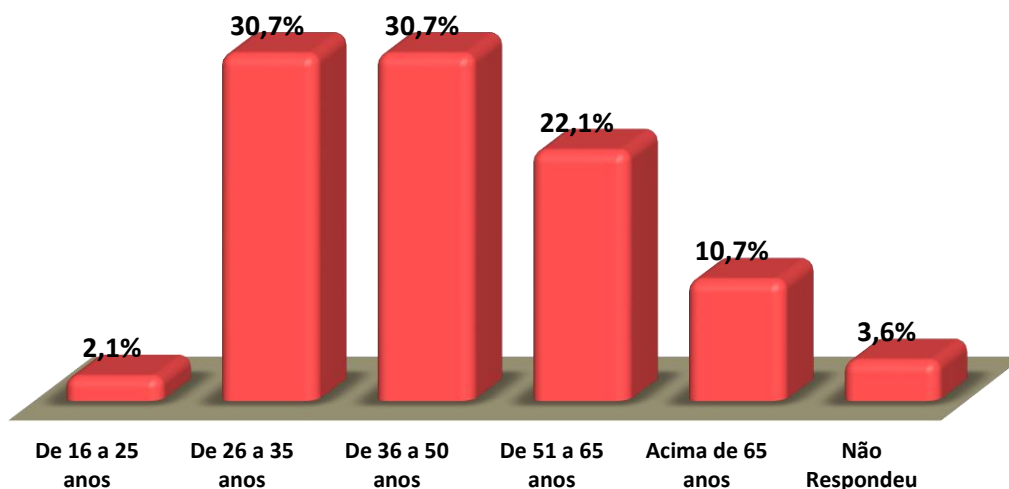
### 3 Análise gráfica

#### 3.1 Perfil do público pesquisado

*Gráfico 1 – Sexo.*  
Fonte: FECOMÉRCIO RN

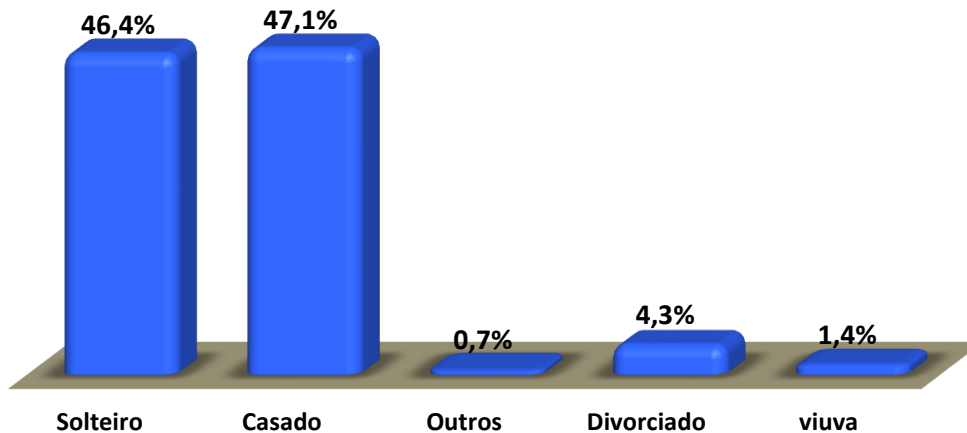


*Gráfico 2 – Faixa etária.*  
Fonte: FECOMÉRCIO RN



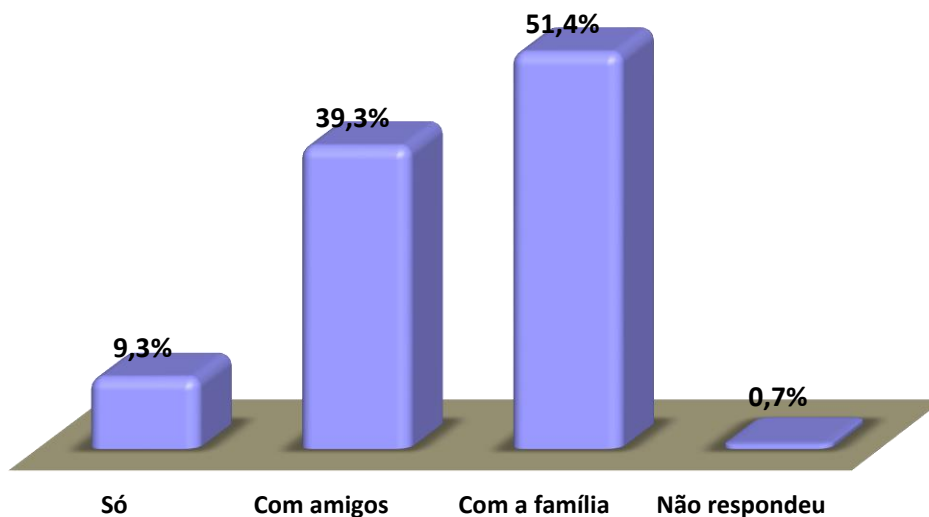
*Gráfico 3 – Estado civil.*

Fonte: FECOMÉRCIO RN



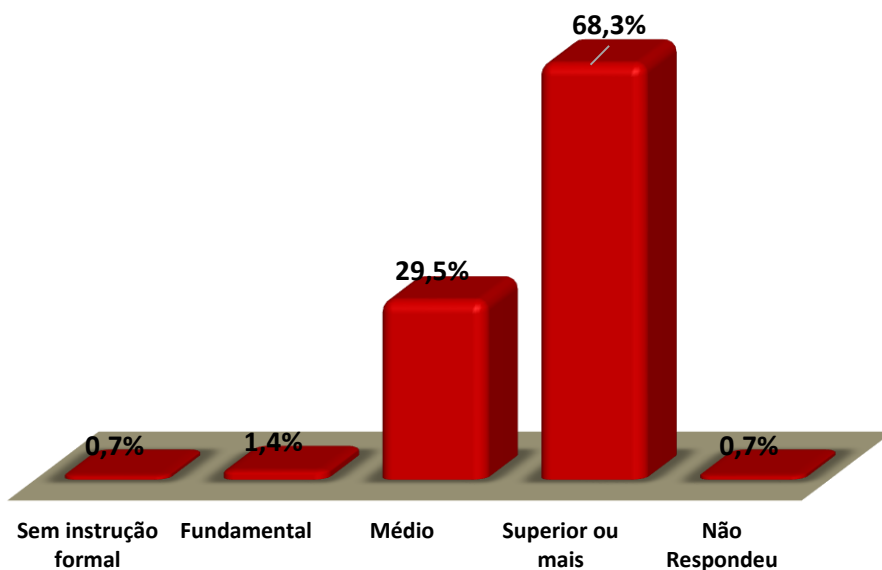
*Gráfico 4 – O (a) sr. (a) veio:*

Fonte: FECOMÉRCIO RN



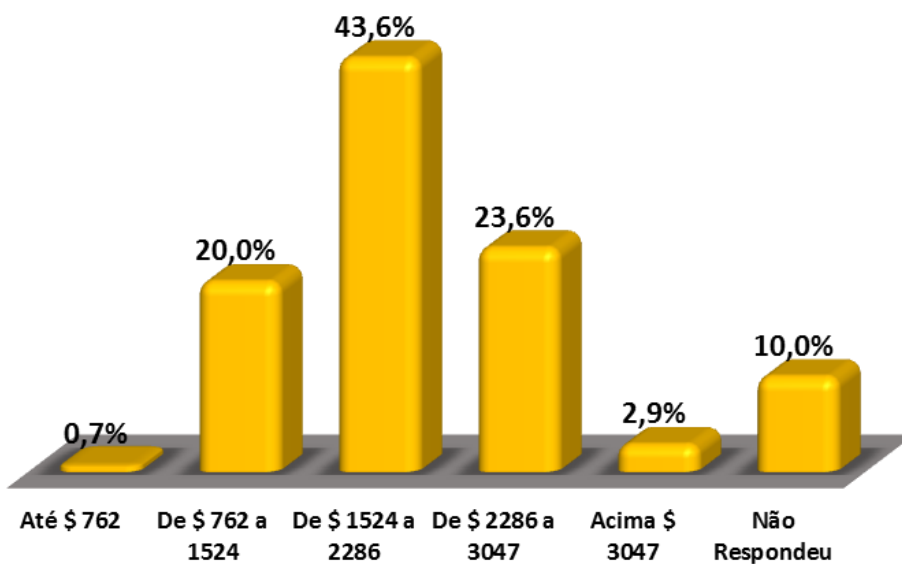
**Gráfico 5 – Escolaridade.**

Fonte: FECOMÉRCIO RN



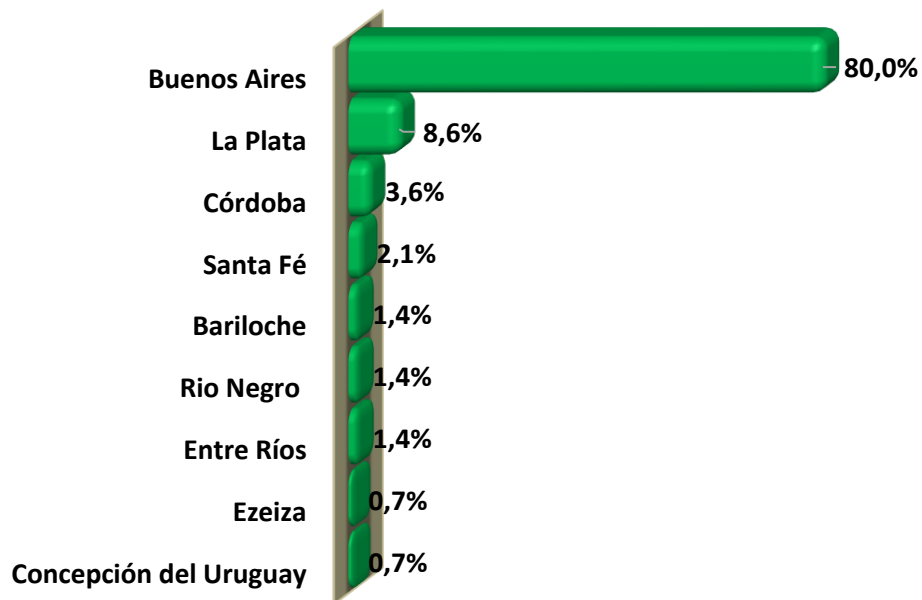
**Gráfico 6 – Renda mensal individual (Dólar).**

Fonte: FECOMÉRCIO RN



*Gráfico 7 – Cidade de origem.*

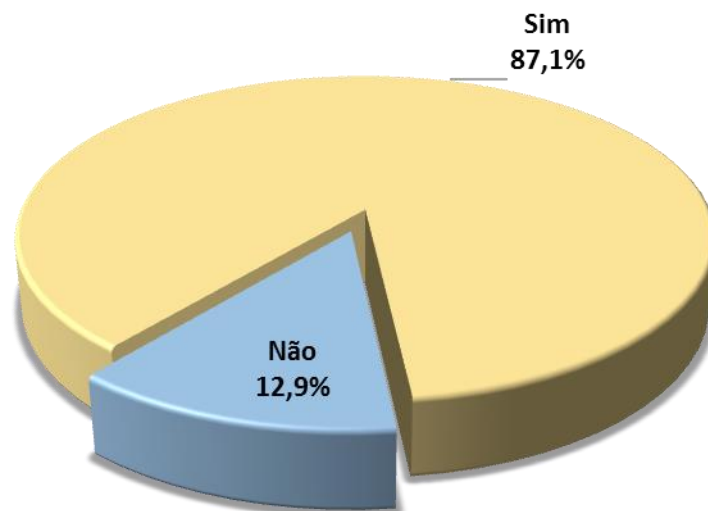
Fonte: FECOMÉRCIO RN



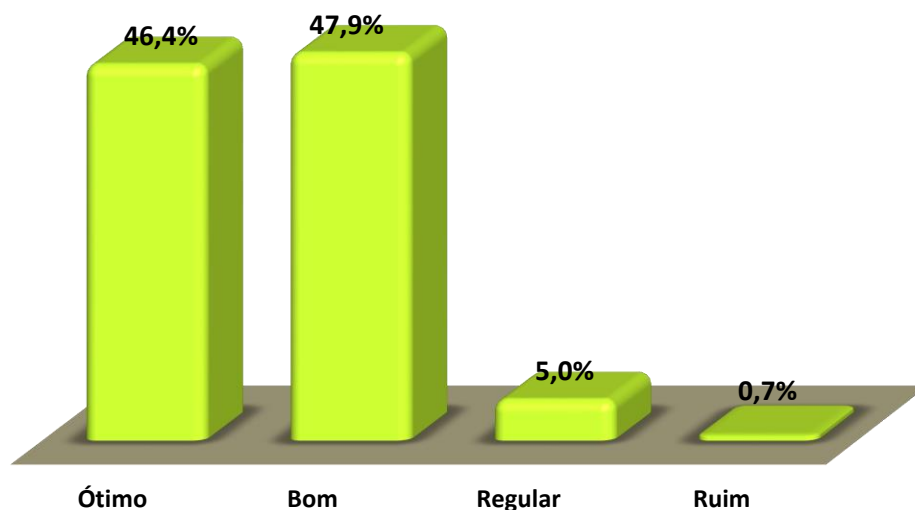
### 3.2 Detalhes do voo

*Gráfico 8 – É a primeira vez que vem ao Rio Grande do Norte?*

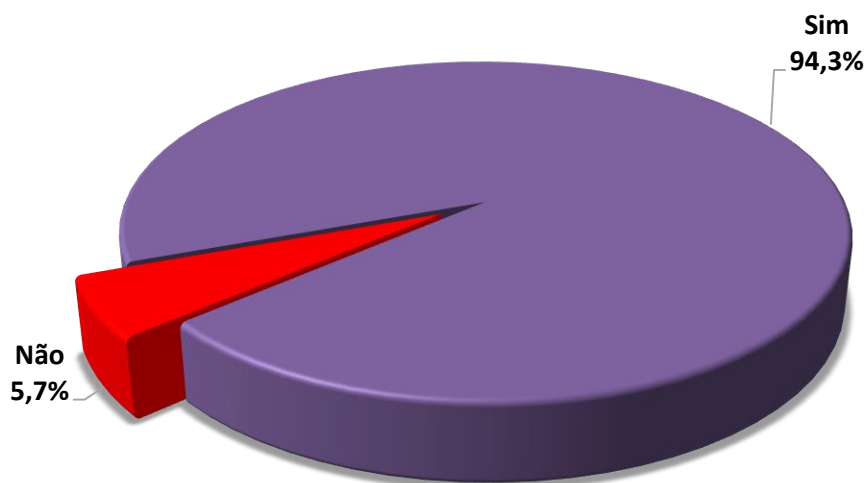
Fonte: FECOMÉRCIO RN



**Gráfico 9 – Como o (a) sr. (a) avalia o voo direto de Natal a Argentina sem escalas/conexões?**  
 Fonte: FECOMÉRCIO RN



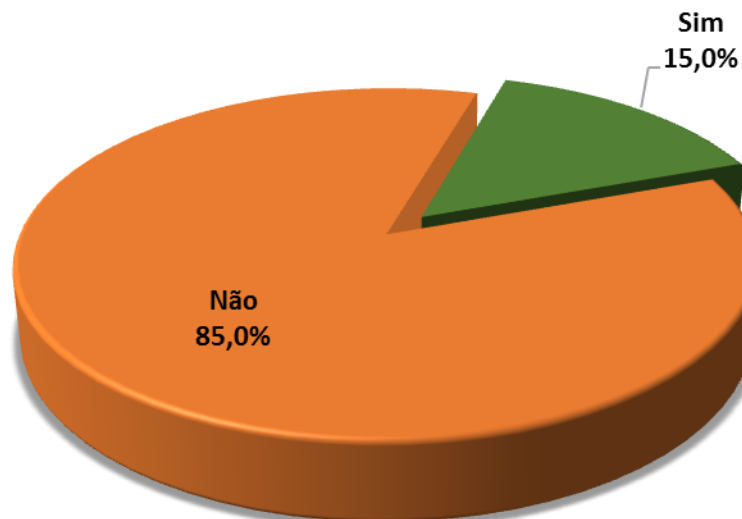
**Gráfico 10 – Com a criação desse voo direto de Natal a Argentina (sem escalas e conexões) o (a) sr. (a) pretende vir mais vezes ao RN?**  
 Fonte: FECOMÉRCIO RN





*Gráfico 11 – Em sua opinião teria mais algo a melhorar, com relação a esse voo direto (Natal-Argentina)?*

Fonte: FECOMÉRCIO RN



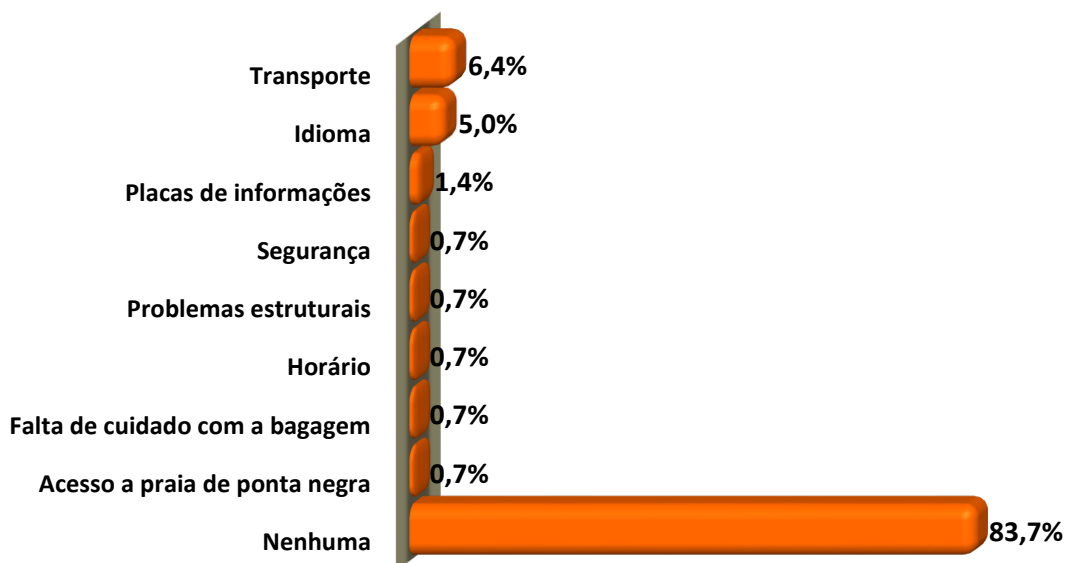
*Tabela 1 – O que pode ser melhorado?*

Fonte: FECOMÉRCIO RN

Sugestões de melhorias	%
Comida	42,86%
Acomodação	21,43%
Espaço	3,57%
Televisão	3,57%
Conforto	3,57%
Mais voos	3,57%
Organização	3,57%
Tempo de atenção	3,57%
Ar condicionado	3,57%
Bebida	3,57%
Não sabe	7,14%

**Gráfico 12 – Qual a sua principal dificuldade encontrada quando chegou ao RN?**

Fonte: FECOMÉRCIO RN



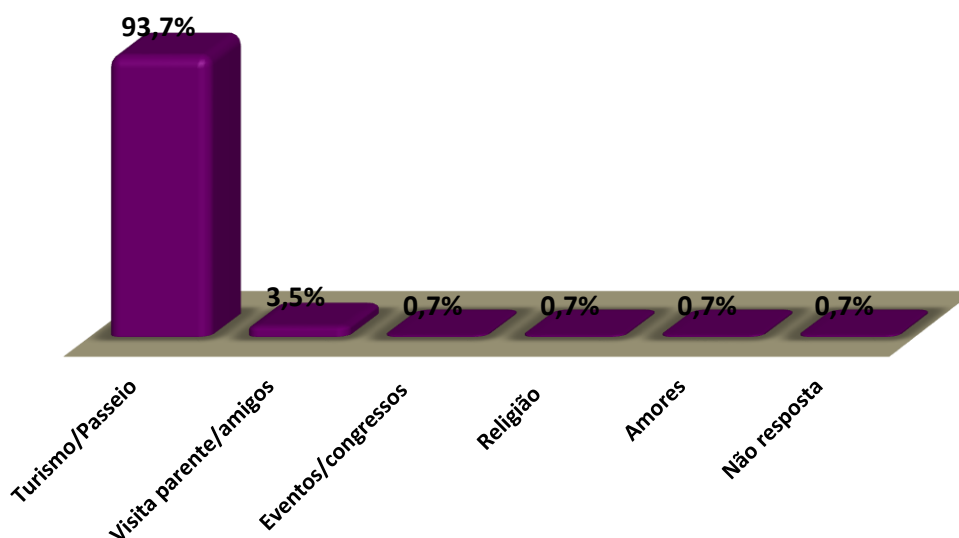
**Tabela 2 – Quantos dias o (a) sr. (a) pretende ficar no Estado?**

Fonte: FECOMÉRCIO RN

Nº	Mínimo	25%	50%	Média	75%	Máximo
Dias	03	07	07	08	07	15

**Gráfico 13 – Qual o principal motivo da vinda ao RN?**

Fonte: FECOMÉRCIO RN



### 3.3 Aspectos da viagem

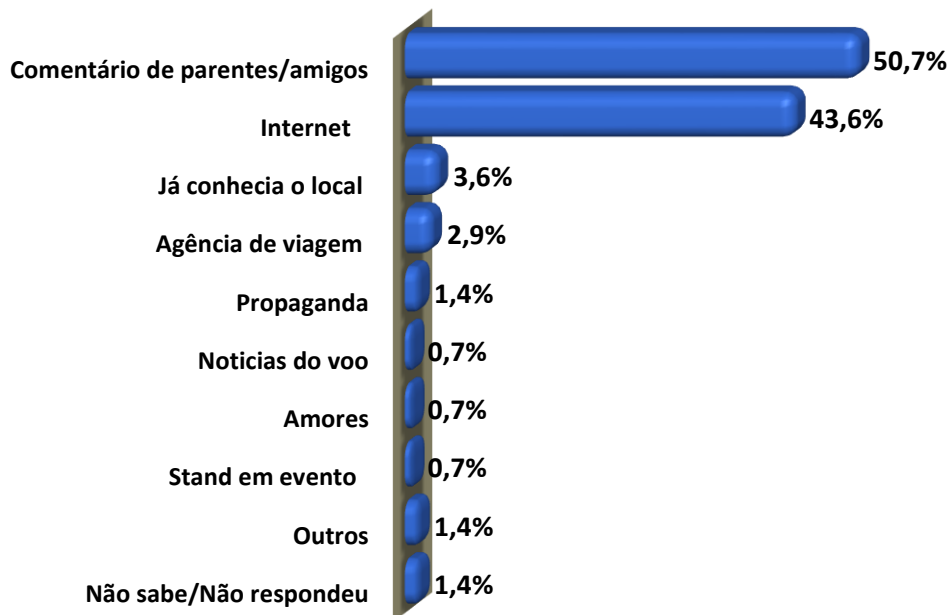
Gráfico 14 – Por que escolheu o RN como atrativo turístico? (múltipla resposta)

Fonte: FECOMÉRCIO RN



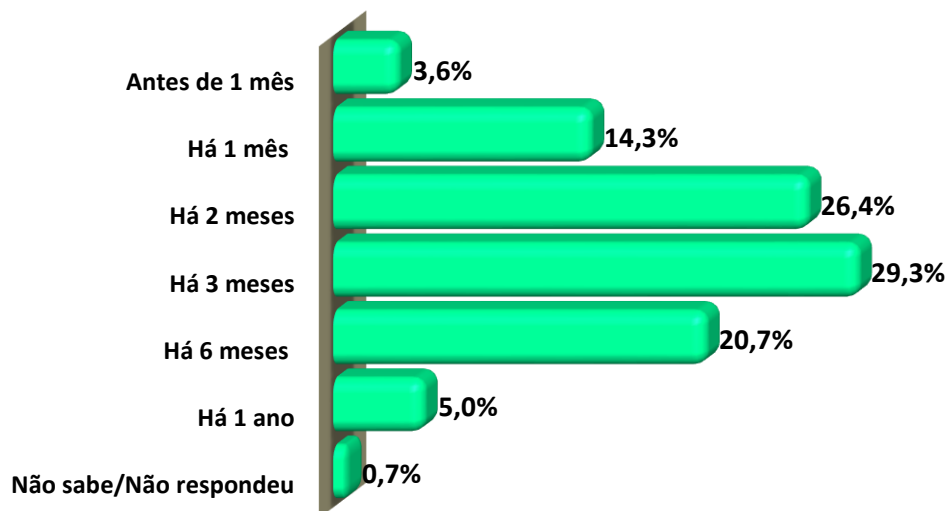
Gráfico 15 – A influência da viagem deveu-se a quê? (múltipla resposta)

Fonte: FECOMÉRCIO RN



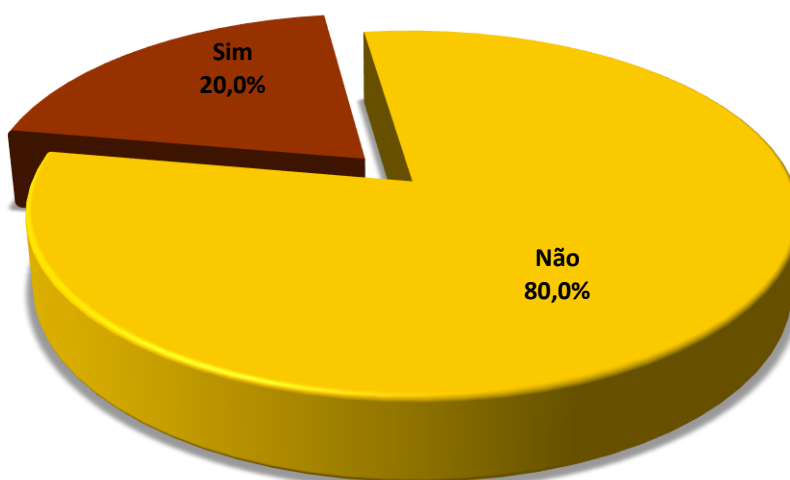
*Gráfico 16 – Quando ocorreu a decisão da viagem?*

Fonte: FECOMÉRCIO RN

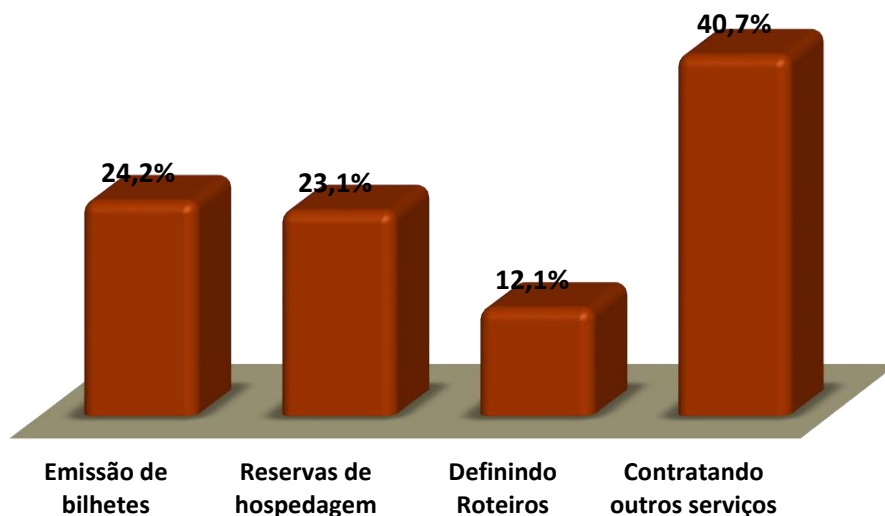


*Gráfico 17 – Utilizou agência na organização da viagem?*

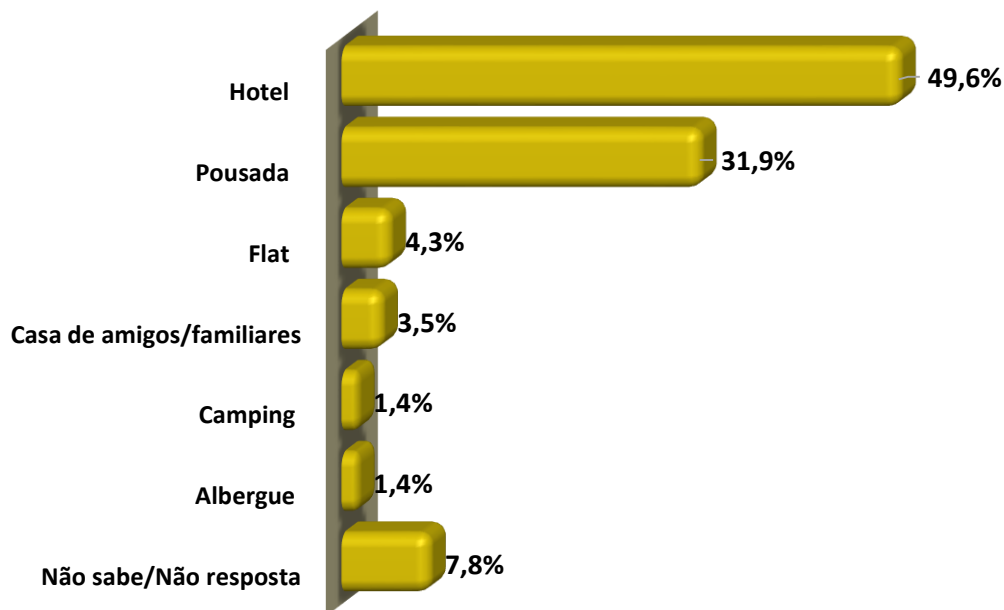
Fonte: FECOMÉRCIO RN



**Gráfico 18 – Se sim, indicar os serviços utilizados.**  
 Fonte: FECOMÉRCIO RN



**Gráfico 19 – Onde se hospedou durante a sua estadia no RN:**  
 Fonte: FECOMÉRCIO RN



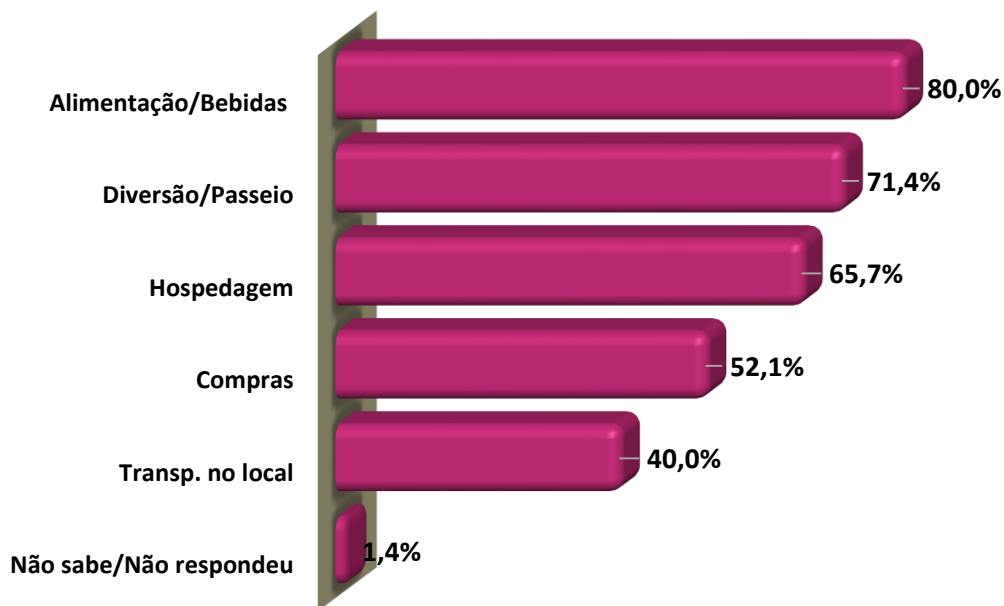


### 3.4 Gastos no RN

**Tabela 3 – Total de gastos por seguimento, por pessoa no RN – R\$.**  
 Fonte: FECOMÉRCIO RN

Item	Gasto individual por dia	Gasto individual durante a média de oito dias
Hospedagem	R\$ 81,21	R\$ 649,65
Alimentação/Bebidas	R\$ 98,86	R\$ 790,87
Transporte local	R\$ 49,43	R\$ 395,44
Compras	R\$ 64,44	R\$ 515,48
Diversão/Passeio	R\$ 88,27	R\$ 706,14

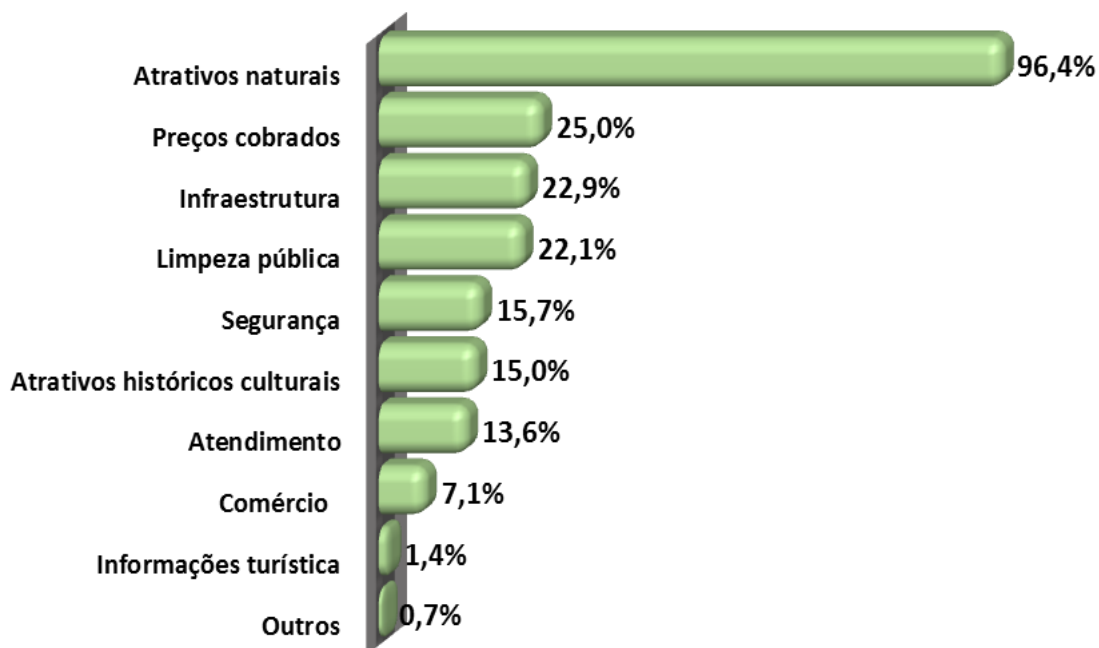
**Gráfico 20 – Percentual de gastos por item. (múltipla resposta)**  
 Fonte: FECOMERCIO RN



### 3.5 Opinião sobre o RN

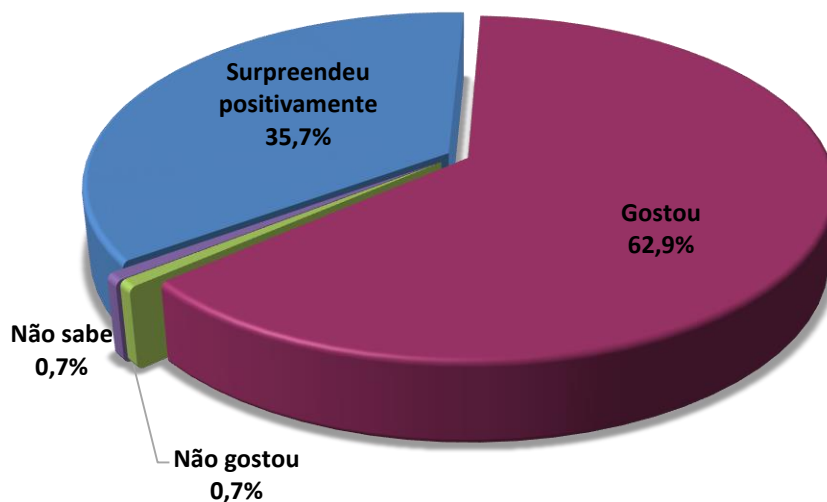
**Gráfico 21 – O que mais lhe agradou no estado? (múltipla resposta)**

Fonte: FECOMÉRCIO RN

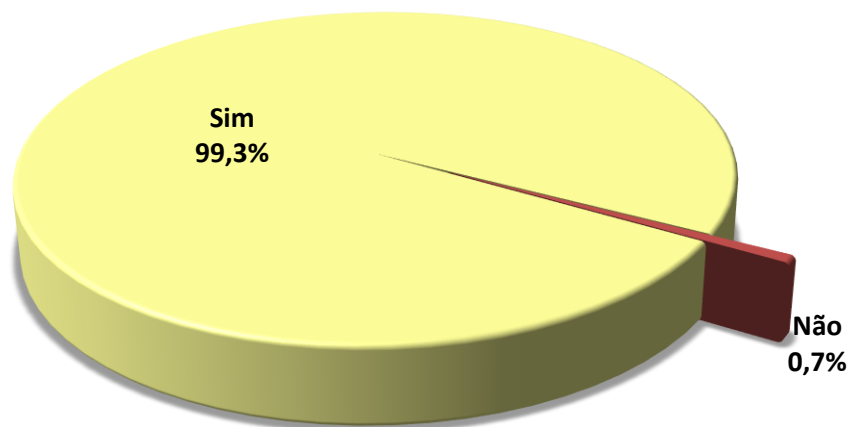


**Gráfico 22 – Qual a sua opinião sobre o Rio Grande do Norte?**

Fonte: FECOMÉRCIO RN



**Gráfico 23 – O (a) sr (a) indicaria o Rio Grande do Norte como destino turístico?**  
 Fonte: FECOMÉRCIO RN



### 3.6 Avaliação dos serviços e infraestrutura

**Tabela 4 – Que nota de 1 a 10 você daria para os seguintes quesitos?**  
 Fonte: FECOMÉRCIO RN

Itens	Mínimo	25%	50%	Média	75%	Máximo
Hospitalidade	3	9	10	9,2	10	10
Locais de Alimentação	1	8	8	8,3	9	10
Meios de hospedagem	5	8	9	8,4	10	10
Informações/sinalização turísticas	1	7	8	7,9	9	10
Comércio local	1	7	8	7,7	9	10
Preços cobrados	2	7	8	8,0	9	10
Qualidade de Serviços	5	8	8	8,3	9	10
Segurança	1	7	8	8,1	10	10
Limpeza Urbana	2	7	8	8,1	10	10
Acesso e transporte	1	6	8	7,5	9	10
Atrativos naturais	4	9	10	9,5	10	10
Atrativos históricos culturais	1	7	8	7,7	10	10
Diversão na cidade	1	7	8	8,0	9	10

**FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO DO  
ESTADO DO RIO GRANDE DO NORTE.**

**INSTITUTO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO DO COMÉRCIO DE BENS,  
SERVIÇOS E TURISMO DO ESTADO DO RIO GRANDE DO NORTE.**

*Marcelo Fernandes de Queiroz*  
**Presidente**

*Tiago Chacon*  
**Estatístico**