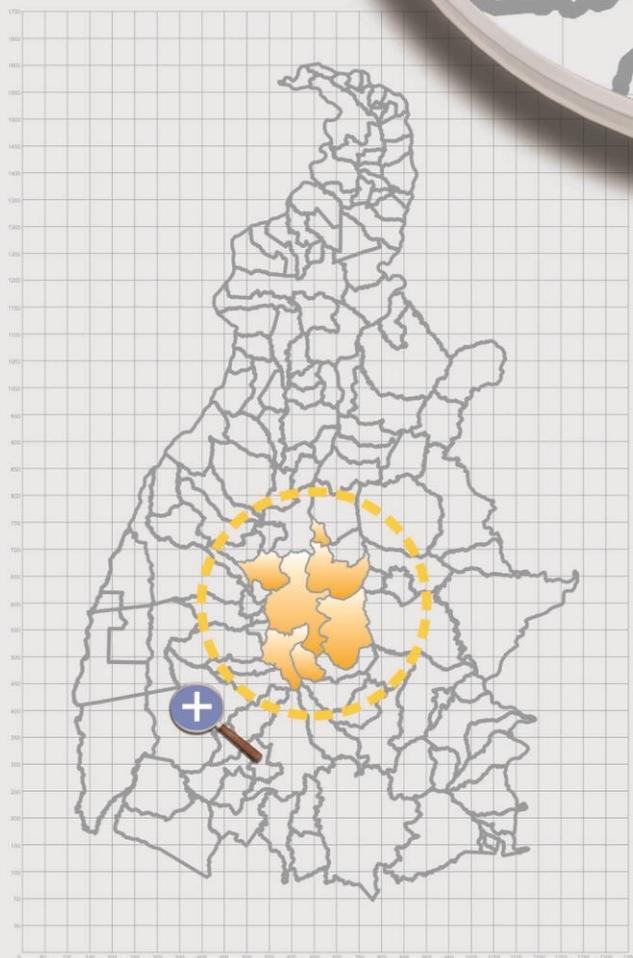


# CARNAVAL 2010

Pesquisa de Avaliação  
do Público Participante



**SERRAS E LAGO**  
**PALMAS**

**GOVERNO DO ESTADO DO TOCANTINS**

**Carlos Henrique Amorim**

Governador

**Eduardo Machado Silva**

Vice-Governador

**AGÊNCIA DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO - ADTUR**

**Ruberval França**

Presidente

**Diretoria de Desenvolvimento e Operações Turísticas - DDOT**

**Antônio Malan**

Diretor

**Coordenadoria de Estudos, Pesquisas e Estatísticas - CEPE**

**Marcos Miranda**

Coordenador

# **F**icha Técnica

## **Coordenação Geral**

Marcos Miranda

## **Equipe Técnica**

### **(Monitores de Campo)**

Cassiane Dal Ben Fialho

Marina Medeiros

Simeia Aparecida de Melo

Ricardo Neves da Silva

## **Pesquisadores**

Marinalva M. da Silva

Regiane de Moraes

Ronilda Bandejas de S. Silva

Elinalva Rodrigues

## **Edição e Arte Final**

Randolfo Soares Corrêa

# **S**UMÁRIO

SUMÁRIO EXECUTIVO .....	1
INTRODUÇÃO.....	3
1. OBJETIVOS .....	4
1.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	4
2. RELEVÂNCIA DO ESTUDO.....	5
3. METODOLOGIA .....	5
4. RESULTADOS DA PESQUISA .....	9
4.1 PROCEDÊNCIA DOS VISITANTES / PAÍSES.....	9
4.2 PROCEDÊNCIA DOS VISITANTES / UNIDADE FEDERATIVA.....	9
4.3 PROCEDÊNCIA DOS VISITANTES / MUNICÍPIOS .....	10
4.4 PERFIL DO PÚBLICO PARTICIPANTE.....	10
4.4.1 PERFIL PREDOMINANTE DE RESIDENTES E VISITANTES .....	14
4.5 AVALIAÇÃO DO PÚBLICO PARTICIPANTE SOBRE O EVENTO .....	15
4.6 AVALIAÇÃO DO PÚBLICO PARTICIPANTE SOBRE O MUNICÍPIO.....	18
4.7 COMPORTAMENTO DOS VISITANTES.....	19
4.8 MOVIMENTAÇÃO FINANCEIRA .....	23
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	23
6. CONCLUSÕES .....	24
7. BIBLIOGRAFIA .....	25
ANEXOS	

# **L**ISTA DE SIGLAS

ADTUR – Agência de Desenvolvimento Turístico do Estado do Tocantins

FGV – Fundação Getúlio Vargas

Ns – Não soube

Nr – Não Respondeu

OMT – Organização Mundial de Turismo

PM – Polícia Militar

R\$ - Reais (moeda brasileira)

SPSS – Statistical Package for the Social Sciences (Pacote Estatístico para as Ciências Sociais)

TO – Tocantins

# **M**ENSAGEM DO PRESIDENTE

Esta publicação é voltada principalmente para gestores públicos e empreendedores que queiram investir no setor turístico, porém toda sociedade civil é beneficiada com a democratização dos dados.

A pesquisa é uma ferramenta de grande importância para os processos de crescimento e desenvolvimento de todos os setores econômicos. O uso de indicadores socioeconômicos, culturais e ambientais, associados a uma gestão participativa vem sendo apontado como uma estratégia eficiente de gestão pública para o desenvolvimento sustentável do turismo.

Com essa visão a ADTUR tem direcionado várias ações para o desenvolvimento da atividade turística no Estado. Estas são subsidiadas por informações primárias e secundárias que permitem nortear os processos de planejamento e gestão do Governo, bem como as tomadas de decisões da iniciativa privada.

Entendemos que a formação de um banco de dados sobre a atividade turística é imprescindível para evolução da mesma. Assim, a ADTUR, por meio da Coordenação de Estudos Pesquisas e Estatísticas, vêm coletando e sistematizando informações turísticas advindas de estudos e pesquisas nas regiões turísticas do Estado.

Pautada em atuações como estas, a ADTUR busca o aumento da competitividade do Produto Turístico Tocantins, em relação aos demais destinos turísticos do país.

# **S**UMÁRIO EXECUTIVO

O Governo do Estado do Tocantins, através da Agência de Desenvolvimento Turístico, vem se esforçando para consolidar um banco de informações estratégicas e relevantes sobre o turismo, tendo em vista o maior conhecimento deste fenômeno.

O setor de turismo vem se tornando a cada ano mais importante e representativo na economia tocantinense, assim, informações sobre “demanda turística” são imprescindíveis para a ampliação do mercado turístico local.

O presente estudo, intitulado como: “Pesquisa de Avaliação do Público Participante do Carnaval 2010 de Palmas”, tem a pretensão de demonstrar fielmente o tipo de relação estabelecida entre demanda turística<sup>1</sup> e destino receptor<sup>2</sup>, relativos ao período carnavalesco do ano de 2010, no município de Palmas. Os dados analisados possibilitam gerar indicadores que possam subsidiar tomadas de decisões tanto do setor público como do privado, além de serem importantes norteadores de campanhas publicitárias.

O estudo tem como fonte de pesquisa dados primários obtidos no evento carnavalesco de Palmas (região turística das Serras e Lago).

Os trabalhos de campo foram realizados entre os dias 12 e 16 de fevereiro de 2010 e configuram um marco temporal quanto à padronização de pesquisas sócio-econômicas, diretamente relacionadas com a atividade turística, em especial com o segmento turístico de negócios e eventos.

Buscando obter diferentes pontos de vista sobre os eventos foi considerada de grande importância a aplicação de pesquisas com visitantes do município e com a comunidade local. Deste modo o público alvo da pesquisa (participantes do evento) foi dividido em três categorias: residente (todas as pessoas que possuem moradia fixa no município receptor a mais de 1 ano), turistas (visitantes que pernoveram no município) e excursionistas (visitantes que não pernoveram no município).

---

<sup>1</sup> Demanda Turística efetiva: segundo a Fundação Getúlio Vargas “está relacionada ao número de pessoas que, efetivamente, participaram da atividade turística como compradoras de serviços ...” (FGV, 2010).

<sup>2</sup> Destino Receptor : referente ao município pesquisado.

Foram aplicados assim, 400 questionários com visitantes do evento, considerando um público de 125.000 pessoas (PM-TO) durante 5 (cinco) dias de realização do evento.

O presente documento apresenta-se dividido em 7 partes, sendo: Objetivos, Relevância do Estudo, Metodologia, Apresentação dos Resultados, Considerações Finais e Conclusões e Bibliografia, sem contar a Introdução. Cabe ressaltar que ao final do documento foi acrescentado ainda os Anexos. Considerando os resultados de maior destaque obtidos neste estudo, são apresentados abaixo indicadores, conclusões e recomendações a cerca do carnaval tocantinense, no ano de 2010.

A demanda turística do município de Palmas, no período carnavalesco, é predominantemente interna e de abrangência regional, sendo caracterizada por viagens de curtos deslocamentos. Cerca de 24,74% da demanda de turistas e excursionistas são procedentes de outras Unidades Federativas.

O perfil predominante dos residentes, dos turistas e dos excursionistas, pouco se divergem, sendo a maioria com idade entre 18 e 24 anos, nível médio completo e com uma renda individual mensal entre de R\$ 511,00 a R\$1.530,00 (residentes), de R\$ 1.531,00 a R\$ 3.060,00 (turistas) e até R\$ 510,00 (excursionistas).

O público participante do Carnaval de Palmas gerou o montante de R\$3.750.000,00. A receita gerada pelos visitantes (43.750 pessoas) na cidade durante o período carnavalesco foi de R\$ 1.312.500,00, considerando o gasto médio de R\$ 30,00. A receita gerada pelos residentes (81.250 pessoas) nas cidades foi de R\$ 2.437.500,00, considerando o gasto médio de R\$ 30,00.

Conclui-se que “Carnaval” pode representar um importante produto turístico do Estado do Tocantins, além de ser um grande gerador de divisas e de inclusões sociais. O poder competitivo do produto turístico “Carnaval de Palmas” está diretamente relacionado ao envolvimento e comprometimento da comunidade local e do poder público municipal nos processos de planejamento, gestão e execução do evento.

Além de melhorias estruturais e de qualificação o poder público e comunidade devem ainda estimular a boa receptividade e a boa convivência com os visitantes, disseminando a importância da atividade turística para o evento e para o município.

# INTRODUÇÃO

A valorização do lazer e a indústria cultural elevaram as festas populares a privilegiadas oportunidades de produção de riqueza, sendo o Carnaval, no Brasil, um grande ícone do modelo de economia do lazer.

O carnaval tocantinense tornou-se, assim, uma festa de forte cunho empresarial que mistura, em vários sentidos, suas dimensões simbólicoculturais às esferas material e econômica, movimentando a economia formal e também os micro-negócios e o trabalho informal. Com base nessas informações e tendo como limitante os poucos estudos turísticos existentes com esse objetivo, a Agência de Desenvolvimento Turístico do Estado do Tocantins, criada com a lei nº1.630 de 5 de dezembro de 2005, julgou de suma importância realizar estudos e pesquisas por segmentos turísticos em âmbito estadual. Sendo assim, a continuidade do monitoramento sistemático do perfil da demanda turística contribuirá para o conhecimento da conjuntura econômica do turismo no Estado.

Para promover o turismo de negócios e eventos de forma ordenada, é fundamental conhecer as características, preferências do público participante, bem como suas avaliações quanto aos produtos e serviços ofertados. Assim, a Agência de Desenvolvimento Turístico do Estado do Tocantins – ADTUR realiza o estudo do Perfil do Público Participante Carnaval de Palmas 2010.

Pretende-se que este estudo possa subsidiar melhorias no evento carnavalesco de Palmas, agregando maior conhecimento sobre os foliões participantes, no que tange ao comportamento e a satisfação dos mesmos quanto às estruturas e serviços ofertados. Os dados coletados se analisados dentro de um contexto mercadológico podem servir de base para o aperfeiçoamento de modelos de gestão e organização dos eventos, contribuindo assim para o aumento da participação de turistas, aumento do seu tempo de permanência e do seu gasto médio, conseqüentemente, para maior geração de emprego e renda no município.

## 1. OBJETIVOS

---

Identificar e analisar o perfil e o comportamento do público participante do Carnaval de Palmas.

### 1.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

---

- Identificar e analisar o perfil do público participante;
- Identificar e analisar o comportamento do público participante;
- Avaliar a infra-estrutura e serviços ofertados no evento;
- Avaliar a infra-estrutura e serviços ofertados no município de Palmas;
- Estimar a movimentação financeira gerada no período carnavalesco.

## 2. RELEVÂNCIA DO ESTUDO

---

Este estudo permitiu gerar indicadores que possam traduzir fielmente a relação entre demanda turística e destino receptor relativos ao período carnavalesco de 2010, no município de Palmas.

Segundo a Fundação Getúlio Vargas (2010) “Um produto caracteriza-se como turístico se for consumido por um visitante, e não em função da natureza do produto em si, o que indica que o turismo configura-se principalmente como fenômeno de demanda e não de oferta.”

O estudo da demanda turística é, portanto, fundamental para a ampliação do mercado turístico regional. Este possibilita gerar indicadores que possam subsidiar tomadas de decisões tanto do setor público como da iniciativa privada, utilizando parâmetros fidedignos, o que pode ser a chave do sucesso para o desenvolvimento de políticas públicas e de empreendimentos privados voltados para o setor turístico.

## 3. METODOLOGIA

---

Este estudo segue as determinações adotadas pela *Comissão de Estatística das Nações Unidas*, em seu 35º Encontro, realizado em 2004. (<http://www.unwto.org/estadistica/index.htm>)

A adoção das recomendações sobre estatística de turismo representou uma etapa fundamental na constante busca de indicadores da atividade turística e da garantia de sua comparabilidade internacional.

A pesquisa baseou-se no levantamento de dados primários, por entrevistas diretas com o público participante do carnaval de Palmas, sendo utilizado a aplicação de questionários estruturados. Foi realizada uma análise do tipo *cross-section* (GUJARATI, 2000, p. 12).

O público participante do evento foi dividido em três categorias: **residente** (todas as pessoas que possuem moradia fixa no município receptor a mais de 1 ano), **turistas** (visitantes que pernoitam no município) e **excursionistas** (visitantes que não pernoitam no município).

Foi considerado as recomendações da OMT (Organização Mundial de Turismo) que estabelece os atributos básicos para caracterização de turistas:

- Deslocamento a um lugar diferente de seu entorno habitual;
- Pernoite no lugar visitado;
- Motivo principal de viagem não vinculado ao exercício de atividade remunerada no local visitado.

Seguindo os atributos básicos para caracterização de visitantes foi considerado excursionista, visitantes de um dia, que não pernoitaram no destino visitado.

A elaboração dos questionários foi realizada por meio de reuniões e seminários de trabalho para traduzir no questionário os objetivos a serem alcançados pela pesquisa. A versão preliminar foi revisada com a participação de técnicos da Agência de Desenvolvimento Turístico do Estado do Tocantins em mais de uma oportunidade, sendo o mesmo aprovado na segunda quinzena de janeiro de 2010. O questionário foi dividido em 3 (três) seções: Perfil Socioeconômico de Residentes e Visitantes; Avaliação da infra-estrutura e serviços por Residentes e Turistas; Comportamento do Turista. O questionário consistiu em questões que objetivaram a coleta de dados de variáveis envolvendo o perfil dos entrevistados, hábitos, custos associados à viagem e níveis de satisfação.

Posteriormente à elaboração e definição do questionário, a prefeitura municipal de Palmas selecionou 04 (quatro) pesquisadores, que passaram por oficinas de capacitações conduzidas por técnicos da Agência de Desenvolvimento Turístico do Estado – ADTUR. Cabe ressaltar que os mesmos técnicos realizaram o monitoramento das entrevistas em campo.

Os trabalhos de campo foram realizados entre os dias 12 e 16 de fevereiro de 2010. Posterior a esta etapa, os questionários preenchidos foram submetidos à verificação ("checagem") e crítica, pela equipe de supervisão da ADTUR, inclusive quanto à consistência dos dados.

A equipe de processamento já elaborara anteriormente o plano de digitação desenvolvendo a máscara de tabulação dos dados no programa estatístico SPSS, de modo que os questionários aprovados pudessem ser digitados.

A composição da amostra foi definida através de uma fórmula estatística que estabelece, a partir do público participante estimado (universo amostral), e do erro amostral, a quantidade de questionários a serem aplicados, considerando uma margem de confiança desejada.

## Fórmula de Definição do Tamanho da Amostra:

Onde,

$$\frac{Z^2 \cdot \hat{p} \cdot \hat{q} \cdot N}{d^2(N-1) + Z^2 \cdot \hat{p} \cdot \hat{q}}$$

n = Tamanho da Amostra;  
 Z = Margem de confiança;  
 p = Percentual de turistas;  
 q = Percentual de não turistas;  
 d = Margem de erro;  
 N = Tamanho da População pesquisada.



Foram aplicados assim, 400 questionários com visitantes do evento, considerando um público de 125.000 pessoas (PM-TO) durante 5 (cinco) dias de realização do evento. A distribuição amostral definida com a aplicação da pesquisa foi de 65% dos questionários aplicados com residentes e 35% dos questionários aplicados com visitantes (turistas ou excursionistas), correspondendo a uma margem de erro no entorno de 4% e uma margem de confiança no entorno de 95%.

Para obtenção do Gasto médio (per capita) dia do visitante na cidade pesquisada foi utilizado a fórmula estatística ao lado:

$$G_d = \frac{\sum_{i=1}^n G_i}{\sum_{i=1}^n D_i P_i}$$

Onde,  
 Gd – Gasto Médio per capita dia do turista na cidade;  
 Gi – Gasto no i-ésimo questionário;  
 Pi – Pessoas incluídas no gasto do i-ésimo questionário  
 Di – número de dias

Para obtenção da permanência média do turista (em dias) na cidade pesquisada foi utilizado a fórmula estatística ao lado:

$$P_m = \frac{\sum_{i=1}^n D_i}{n}$$

Onde,  
 Pm – Permanência Média - dias;  
 D – Dias de Permanência do i-ésimo turistas;  
 n – número de turistas - questionários



Público participante



**125.000**  
pessoas

**400**  
formulários  
aplicados



## 4. RESULTADOS DA PESQUISA

A partir das variáveis selecionadas, foi obtido um conjunto de indicadores que estão apresentados nos seguintes tópicos: Procedência dos visitantes; Perfil do Público Participante, Avaliação do Público Participante sobre o Evento, Avaliação do Público Participante sobre o Município e Movimentação Financeira Gerada no Evento.

### 4.1 PROCEDÊNCIA DOS VISITANTES / PAÍS

A demanda turística do Carnaval de Palmas 2010 foi originada, em sua maioria, de diversas localidades do Estado do Tocantins e de outros Estados brasileiros, correspondendo a 99,75% de visitantes entrevistados procedentes do Brasil. 0,25% dos entrevistados são procedentes da Espanha.

#### Procedência por País

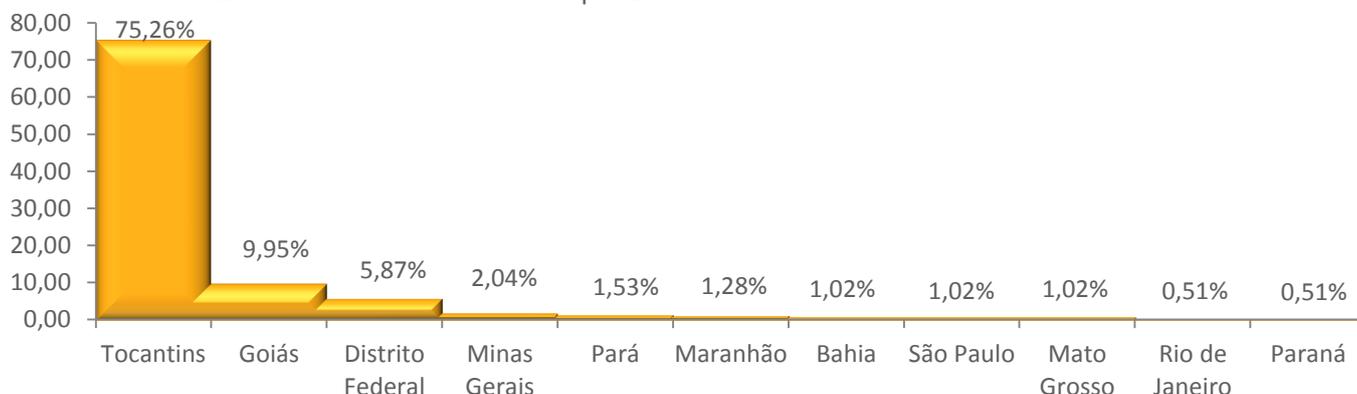


99,75% dos entrevistados residem no Brasil e 0,25% residem na Espanha.

### 4.2 PROCEDÊNCIA DOS VISITANTES / UNIDADE FEDERATIVA

Quanto ao Estado de procedência (gráfico 01) a grande maioria dos visitantes é procedente do Estado do Tocantins (74,87%) seguido do Estado de Goiás (9,90%) e do Distrito Federal (5,84%). Os Estados de Minas Gerais, Pará e Maranhão correspondem aos Estados subseqüentes com maior porcentagem de emissão de turistas, sendo 2,03%, 1,52% e 1,27% respectivamente.

Gráfico 01 - Procedência dos Visitantes por Estado



Fonte: ADTUR – TO

### 4.3 PROCEDÊNCIA DOS VISITANTES / MUNICÍPIOS

Quanto aos visitantes procedentes do Tocantins a maior porcentagem da demanda originou-se do município de Gurupi, Porto Nacional e Araguaína, correspondendo a 5,84%, 4,38% e 2,92% dos entrevistados, respectivamente. Os entrevistados de Goiânia (GO), e Brasília (DF) correspondem a maior porcentagem da demanda turística procedente de outras Unidades Federativas, sendo 25,55 e 16,79% respectivamente.

Tabela 01 – Procedência dos Visitantes por Município

Município de Origem			
Municípios	%	Municípios	%
Goiânia	25,55 %	Taquaruçu	1,46 %
Brasília	16,79 %	Aracaju	0,73 %
Gurupi	5,84 %	Barreiras	0,73 %
Porto Nacional	4,38 %	Ceres	0,73 %
Araguaína	2,92 %	Colméia	0,73 %
Paraíso	2,92 %	Estreito	0,73 %
São Paulo	2,92 %	Formoso do Araguaia	0,73 %
Imperatriz	2,92 %	Goianésia	0,73 %
Vila Rica	2,92 %	Inhumas	0,73 %
Colinas	2,19 %	Jussara	0,73 %
Belém	2,19 %	Maceió	0,73 %
Belo Horizonte	2,19 %	Miracema	0,73 %
Patos de Minas	2,19 %	Mozarlândia	0,73 %
Tucumã	2,19 %	Mutunópolis	0,73 %
Goiatins	1,46 %	Pedro Afonso	0,73 %
Guaraí	1,46 %	Pirinópolis	0,73 %
Curitiba	1,46 %	Uberaba	0,73 %
Rio de Janeiro	1,46 %	Uberlândia	0,73 %
Salvador	1,46 %		
Total			100%

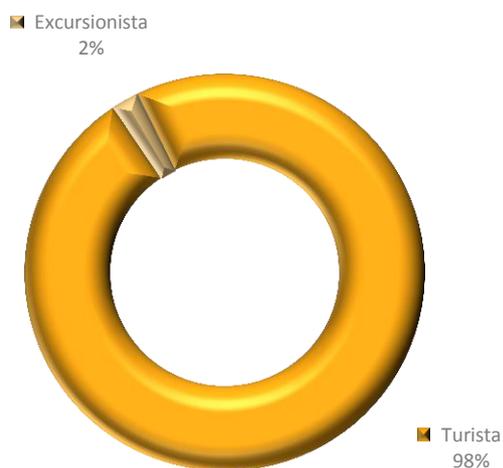
Fonte: ADTUR – TO

### 4.4 PERFIL DO PÚBLICO PARTICIPANTE

Entre os entrevistados 98% pernoveram no município de Palmas sendo considerados turistas e 2% retornaram ao município de origem ou prosseguiram a viagem para outro destino, sendo considerados excursionistas. Dentre os turistas

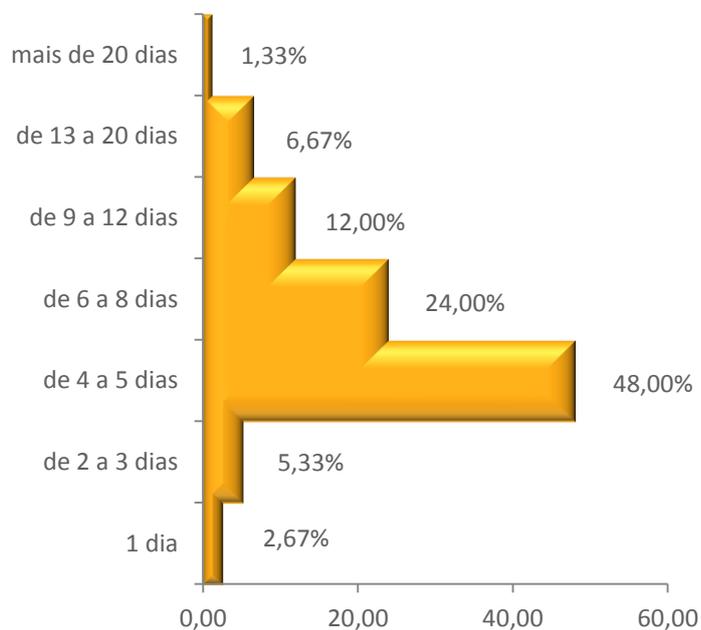
que pernottaram no município de Palmas 48% permaneceram de 4 a 5 dias, 24% permaneceram de 6 a 8 dias e 5,33% permaneceram de 2 a 3 dias.

Gráfico 02 – Turistas x Excursionistas



Fonte: ADTUR – TO

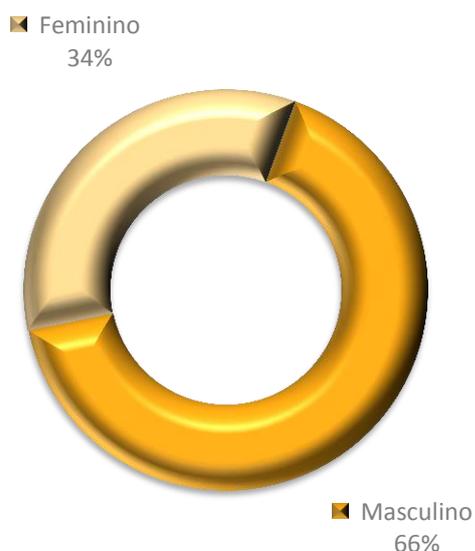
Gráfico 03 – Dias de Permanência - Turistas



Fonte: ADTUR – TO

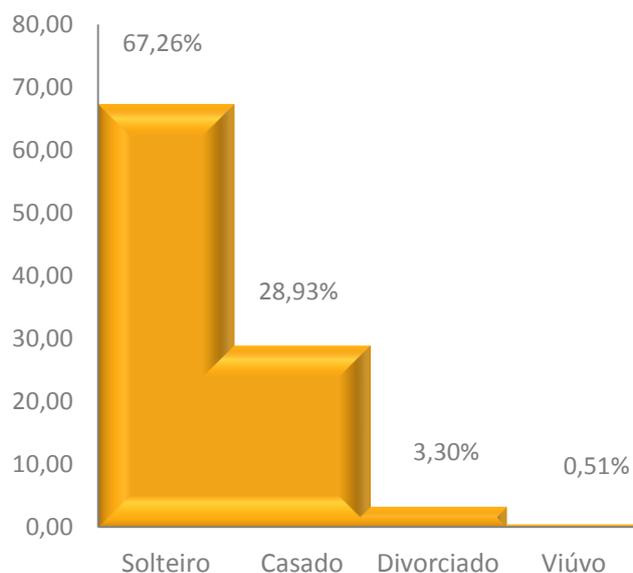
Quanto ao gênero 66% dos participantes entrevistados são do sexo masculino e 34% dos entrevistados do sexo feminino. Com relação ao estado civil 67,26% se encontram solteiros, 28,93% casados e 3,30% divorciados.

Gráfico 04 – Sexo



Fonte: ADTUR – TO

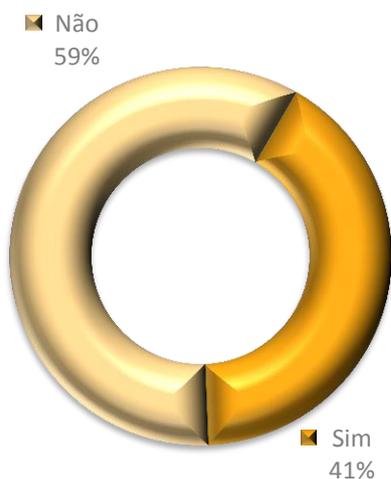
Gráfico 05 – Estado Civil



Fonte: ADTUR – TO

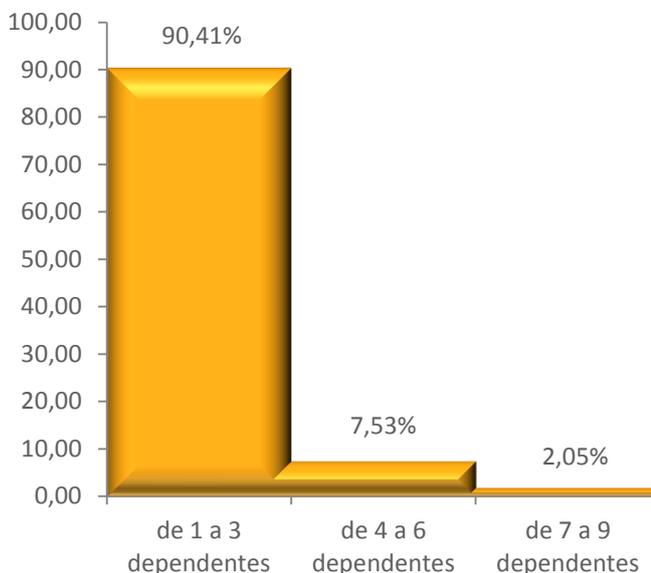
Cerca de 59% dos participantes entrevistados não possui dependentes (filhos), e 41% entrevistados se apresentaram com dependentes, em sua maioria com 1 a 3 dependente (90,41%) e com 4 a 6 dependentes 7,53%. Cerca de 2,05% possuem de 7 a 9 dependentes.

Gráfico 06 – Possui Dependentes



Fonte: ADTUR – TO

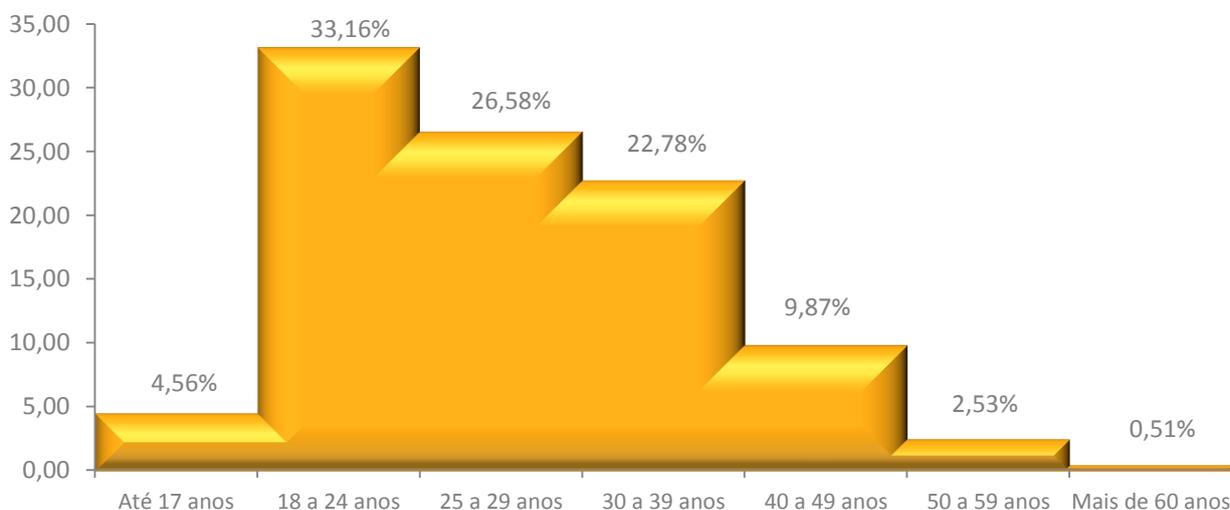
Gráfico 07 – Quantidade de Dependentes



Fonte: ADTUR – TO

A faixa etária da maioria dos participantes entrevistados está concentrada nas idades entre 18 a 24 anos (33,16%), seguido das faixas de 25 a 29 anos, com 26,58% e 30 a 39 anos, com 22,78%.

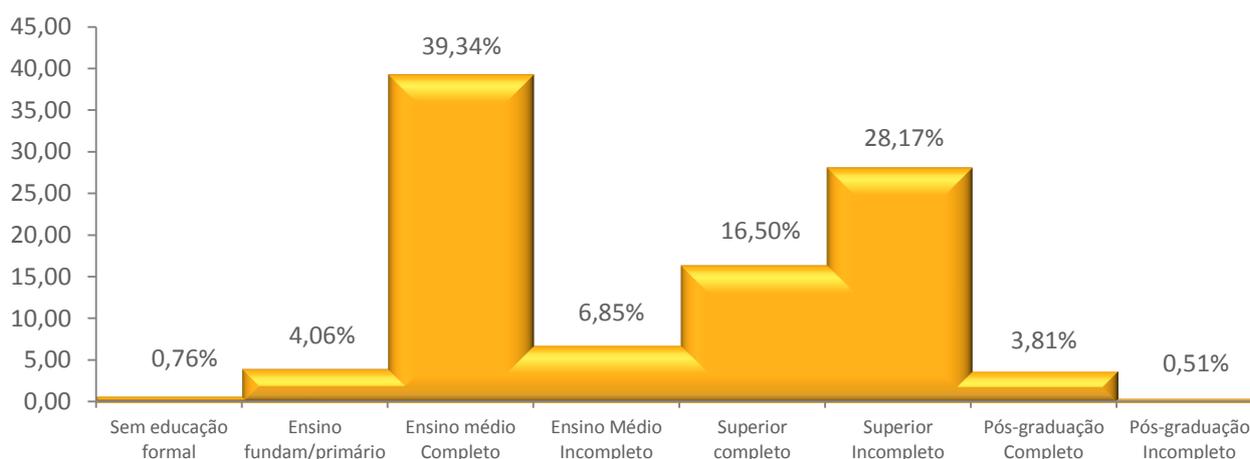
Gráfico 08 – Faixa Etária



Fonte: ADTUR – TO

O nível de escolaridade dos participantes entrevistados se apresentou em sua maioria com o nível médio completo (39,34%) e uma significativa parte da amostra se apresentou com nível superior incompleto, com 28,17% e com nível superior completo, com 16,50%. Uma pequena parcela dos entrevistados possui pós-graduação completa (3,81%), uma parcela muito pequena não possui educação formal (0,76%).

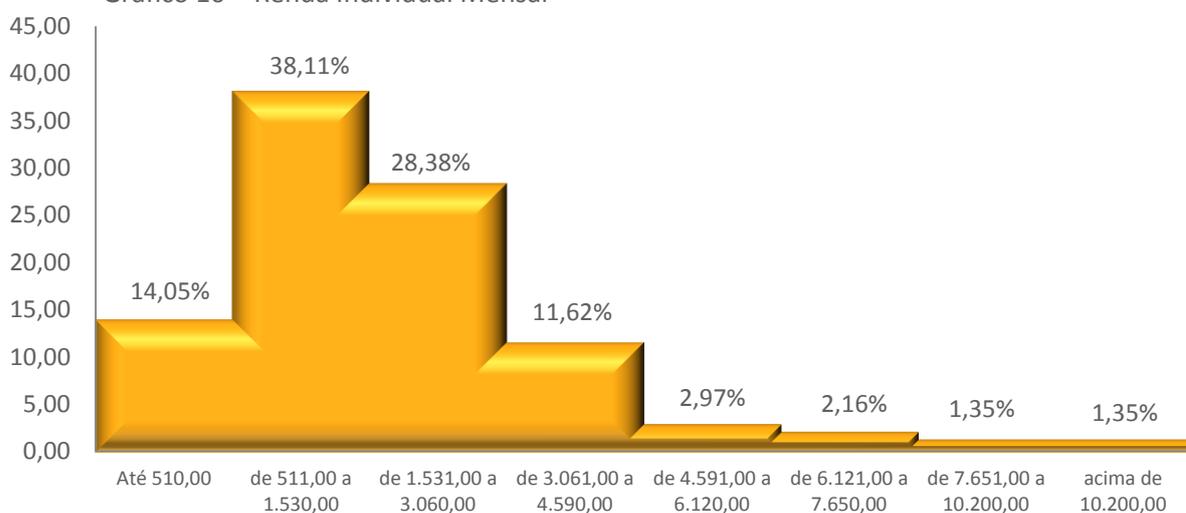
Gráfico 09 – Nível de Escolaridade



Fonte: ADTUR – TO

Quanto a renda mensal individual a maioria dos participantes entrevistados (38,11%) se enquadra na faixa de R\$ 511,00 a R\$ 1.530,00. Cerca de 28,38% possuem renda entre R\$ 1.531,00 a R\$ 3.060,00 e 11,62% entre R\$ 3.061,00 a R\$ 4.590,00. Observa-se que uma significativa parcela (14,05%) possui renda de até 510,00 podendo ser explicado pela grande quantidade de estudantes.

Gráfico 10 – Renda Individual Mensal



Fonte: ADTUR – TO

#### 4.4.1 PERFIL PREDOMINANTE DE RESIDENTES E VISITANTES

O perfil predominante do residente apresentou-se como: do sexo masculino; solteiro; não possui dependentes (filhos), porém dos que possuem, a maioria se apresentou com 1 a 3 dependentes; com a idade entre 18 e 24 anos; nível médio completo; com uma renda individual mensal de R\$ 511,00 a R\$ 1.530,00. O perfil predominante do turista apresentou-se como: do sexo masculino; solteiro; não possui dependentes, porém os que possuem se enquadram na faixa de 1 a 3 dependentes; com a idade entre 18 e 24 anos; nível médio completo; com uma renda individual mensal estando na faixa de R\$ 1.531,00 a R\$ 3.060,00. O perfil predominante do excursionista apresentou-se como: do sexo masculino; solteiro; não possui dependentes, porém os que possuem se enquadram na faixa de 1 a 3 dependentes; idade entre 18 e 24 anos; nível médio completo; com uma renda individual mensal de até R\$ 510,00.

Tabela 02

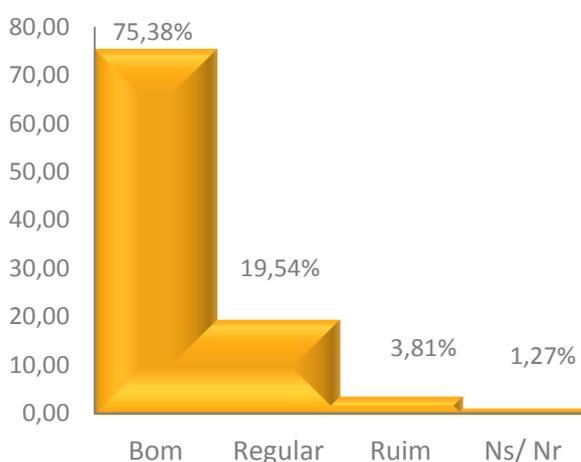
Extrato do Perfil Predominante do Público Participante do Carnaval de Araguatins			
Variáveis	Residente	Visitantes	
		Turista	Excursionista
Sexo	Masculino	Masculino	Masculino
Estado Civil	Solteiro	Solteiro	Solteiro
Dependentes	Não	Não	Não
Quantidade de Dependentes	de 1 a 3 dependentes	de 1 a 3 dependentes	de 1 a 3 dependentes
Faixa Etária	de 18 a 24 anos	de 18 a 24 anos	de 18 a 24 anos
Nível de Escolaridade	Ensino Médio Completo	Ensino Médio Completo	Ensino Médio Completo
Renda Mensal Individual	de R\$ 511,00 a R\$1.530,00	de R\$ 1.531,00 a R\$ 3.060,00	até R\$ 510,00

Fonte: ADTUR – TO

## 4.5 AVALIAÇÃO DO PÚBLICO PARTICIPANTE SOBRE O EVENTO

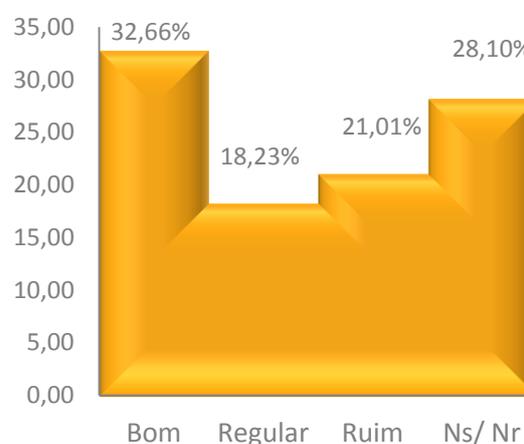
Referente a limpeza cerca de 75%, a maioria dos participantes entrevistados, declararam estar “Bom”, 19,54% consideraram estar “Regular”, 3,81% estar “Ruim” e 1,27% não souberam responder ou não responderam. Sobre as condições de uso dos banheiros 32,66% declararam estar “Bom”, 18,23% estar “Regular”, 21,01% avaliaram como “Ruim” e 28,10% não souberam responder ou não responderam.

Gráfico 11 – Avaliação quanto a Limpeza



Fonte: ADTUR – TO

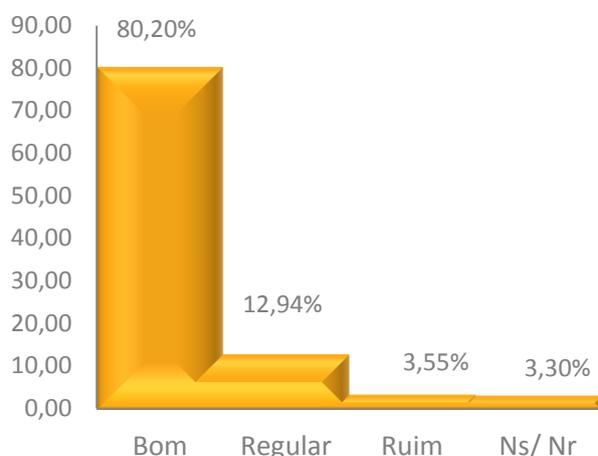
Gráfico 12 – Avaliação quanto aos Banheiros



Fonte: ADTUR – TO

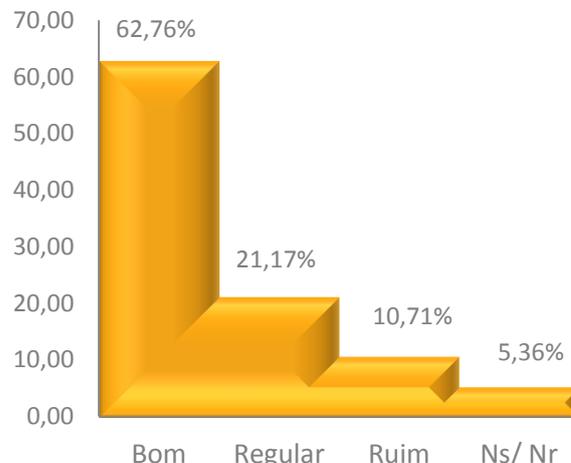
Com relação a segurança pública 80,20% dos participantes entrevistados avaliaram como “Bom”, 12,94% como “Regular”, 3,55% declararam estar “Ruim” e 3,30% não souberam responder ou não responderam. Sobre a sinalização para chegar ao evento 62,76% avaliaram como “Bom”, 21,17% declararam estar “Regular”, 10,71% declararam estar “Ruim” e 5,36% não souberam responder ou não responderam.

Gráfico 13 – Avaliação quanto a Segurança Pública



Fonte: ADTUR – TO

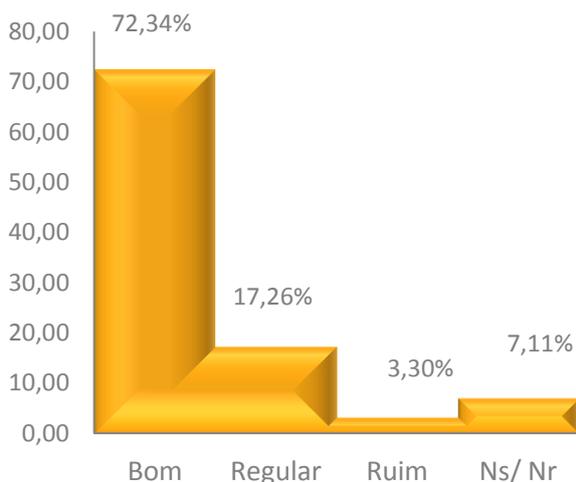
Gráfico 14 - Avaliação quanto a Sinalização



Fonte: ADTUR – TO

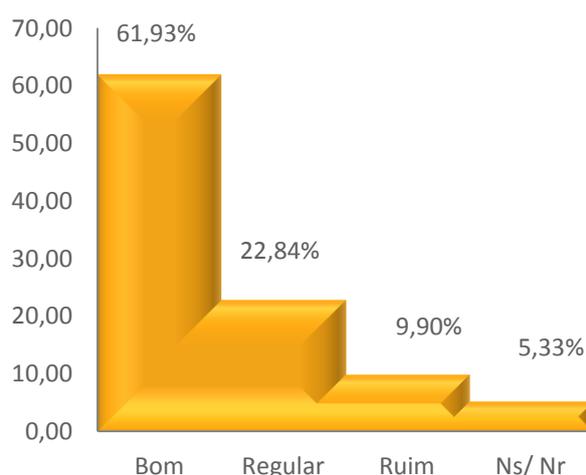
Na avaliação das barracas comerciais 72,34% dos participantes entrevistados declararam estar “Bom”, 17,26% avaliaram como “Regular”, 3,30% como “Ruim” e 7,11% não souberam responder ou não responderam. Com relação a Programação Cultural 61,93% afirmaram estar “Bom”, 22,84% avaliaram como “Regular”, 9,90% como “Ruim” e 5,33% não souberam responder ou não responderam.

Gráfico 15 – Avaliação quanto a Barracas Comerciais



Fonte: ADTUR – TO

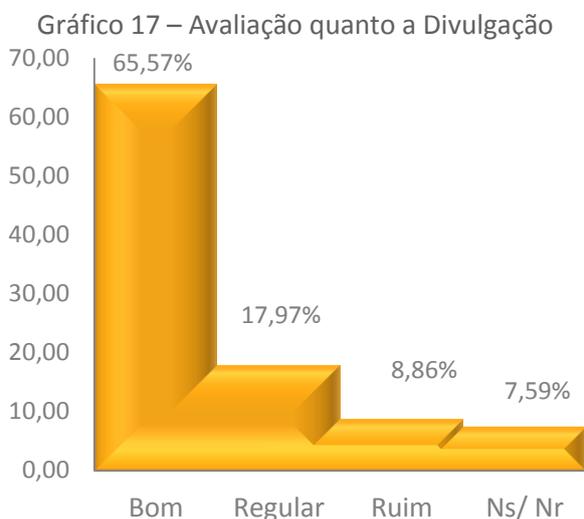
Gráfico 16 - Avaliação quanto a Programação Cultural



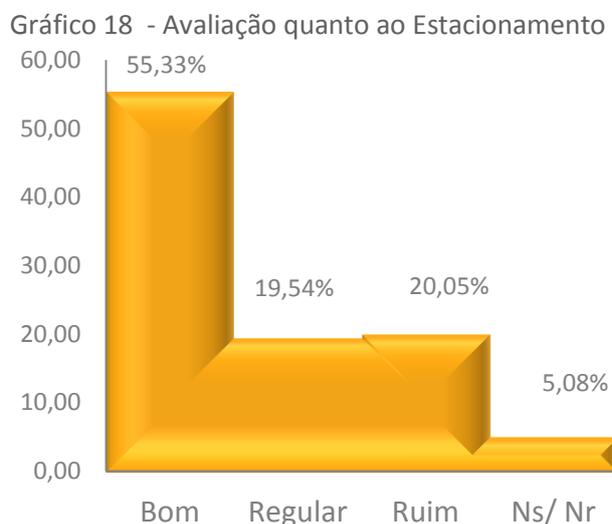
Fonte: ADTUR – TO

Quanto a divulgação do Evento 65,57% dos participantes entrevistados disseram estar “Bom”, 17,97% avaliaram como “Regular”, 8,86% como “Ruim” e 7,59% não

souberam responder ou não responderam. Referente aos estacionamentos 55,33% dos participantes entrevistados avaliaram como “Bom”, 19,54% como regular, 20,05% como “Ruim” e 5,08% não souberam responder ou não responderam.



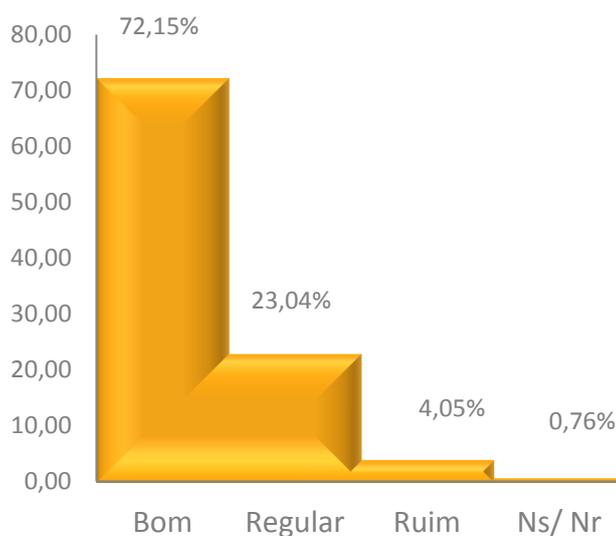
Fonte: ADTUR – TO



Fonte: ADTUR – TO

Na avaliação sobre a organização do evento 72,15% dos participantes entrevistados declararam estar “Bom”, 23,04% declararam estar “Regular” e apenas 4,05% dos entrevistados avaliaram a organização do evento como “Ruim”. 0,76% não souberam responder ou não responderam.

Gráfico 19 – Avaliação Quanto a Organização do Evento



Fonte: ADTUR – TO

## 4.6 AVALIAÇÃO DO PÚBLICO PARTICIPANTE SOBRE O MUNICÍPIO

Na avaliação da infra-estrutura básica e turística do município de Palmas pode-se observar que sobre a rodoviária 47,33% declararam estar “Bom”, 25,19% declararam estar “Regular”, 6,62% estar “Ruim” e 20,87% não souberam responder ou não responderam. Sobre o transporte intermunicipal 31,63% afirmaram estar “Bom”, 15,05% afirmaram estar “Regular”, 17,35% estar “Ruim” e 35,97% não souberam responder ou não responderam. Sobre os postos médico 34,61% avaliaram como “Bom”, 22,65% avaliaram com “Regular”, 15,01% como “Ruim” e 27,74% não souberam responder ou não responderam. Sobre os restaurantes 60,81% acharam estar “Bom”, 24,94% acharam estar “Regular”, 2,54% estar “Ruim” e 11,70% não souberam responder ou não responderam. Sobre os Meios de Hospedagem 55,47% declararam estar “Bom”, 21,37% declararam estar “Regular”, 4,83% estar “Ruim” e 18,32% não souberam responder ou não responderam. Sobre a diversão noturna 41,84% avaliaram como “Bom”, 25% avaliaram como “Regular”, 17,35% como “Ruim” e 15,82% não souberam responder ou não responderam.

### Avaliação da Infra-Estrutura Básica e Turística de Palmas

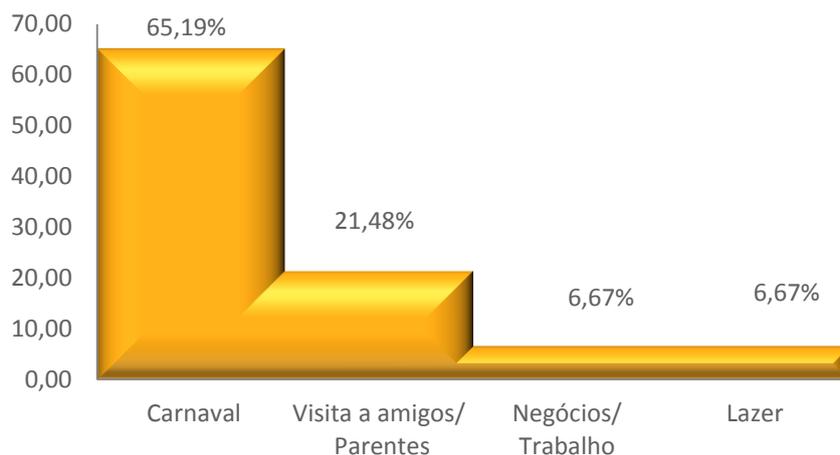
Rodoviária	Transportes Intermunicipal	Posto Médico	Restaurantes	Meios de Hospedagem	Diversão Noturna
Bom 47,33%	Bom 31,63%	Bom 34,61%	Bom 60,81%	Bom 55,47%	Bom 41,84%
Regular 25,19%	Regular 15,05%	Regular 22,65%	Regular 24,94%	Regular 21,37%	Regular 25%
Ruim 6,62%	Ruim 17,35%	Ruim 15,01%	Ruim 2,54%	Ruim 4,83%	Ruim 17,35%
Ns/ NR 20,87%	Ns/ NR 35,97%	Ns/ NR 27,74%	Ns/ NR 11,70%	Ns/ NR 18,32%	Ns/ NR 15,82%

Fonte: ADTUR – TO

## 4.7 COMPORTAMENTO DOS VISITANTES

Quanto ao principal motivo da viagem ao município de Palmas 65,19% dos visitantes entrevistados afirmaram ter como principal motivo de viagem o Carnaval 2010, 21,48% afirmaram ter como principal motivo de viagem a visita a amigos e/ou parentes, 6,67% os negócios ou trabalho e 6,67% também viagem a lazer.

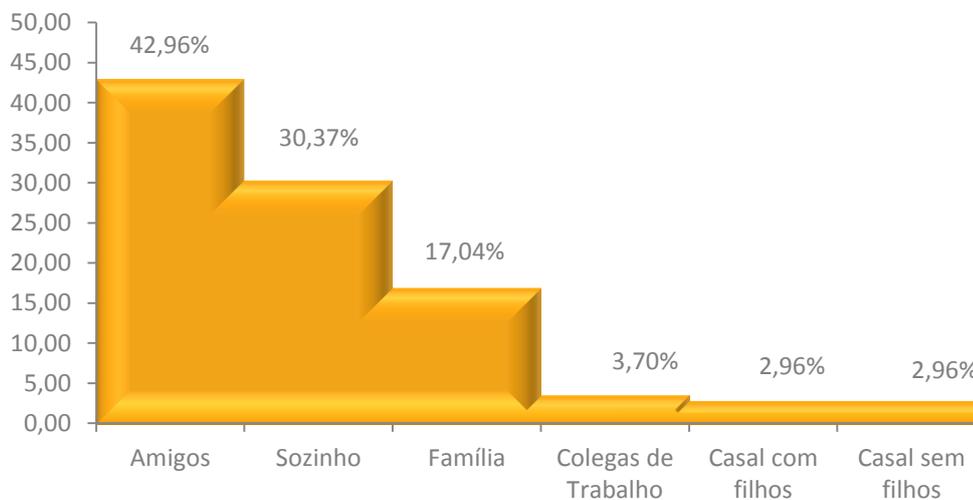
Gráfico 20 – Principal Motivo de Viagem



Fonte: ADTUR – TO

A maioria dos visitantes entrevistados teve como companhia de viagem os amigos (42,96%). Significativa parcela dos entrevistados viajaram sozinhos (30,37%) e 17,04% viajaram com familiares. 3,70% viajaram com colegas de trabalho e 2,96% viajaram em casal, seja com filhos ou sem filhos.

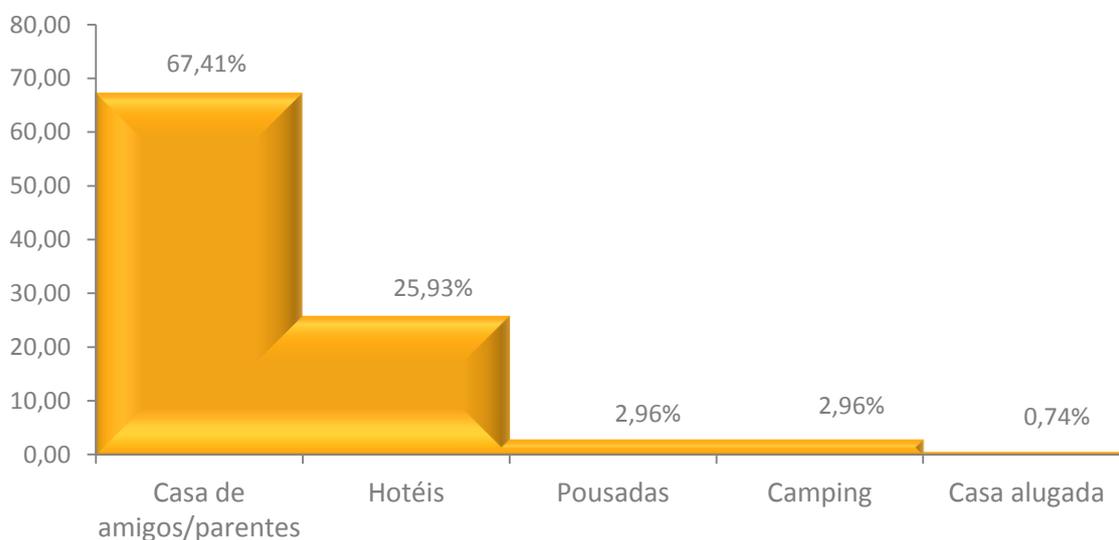
Gráfico 21 – Companhia de Viagem



Fonte: ADTUR – TO

A grande maioria dos turistas entrevistados pernitoou em casa de amigos ou parentes (67,41%), seguido dos estabelecimentos hoteleiros, seja hotel ou pousada, correspondendo a 28,89%.

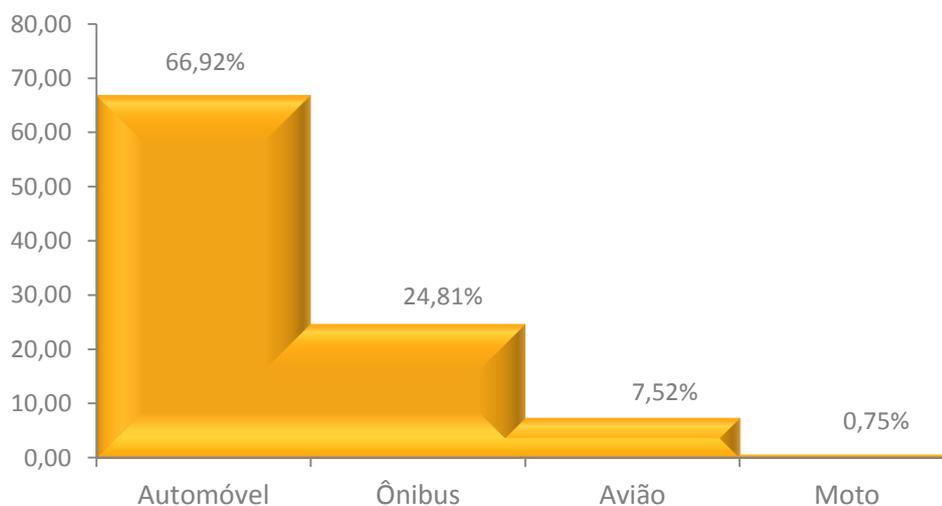
Gráfico 22 – Meio de Hospedagem Utilizado



Fonte: ADTUR – TO

Com relação ao meio de transporte utilizado 66,92% dos visitantes entrevistados utilizaram o automóvel no deslocamento da viagem, 24,81% utilizaram ônibus e 7,52 utilizaram avião. Uma pequena parcela dos entrevistados (0,72%) utilizaram a motocicleta no como meio de transporte.

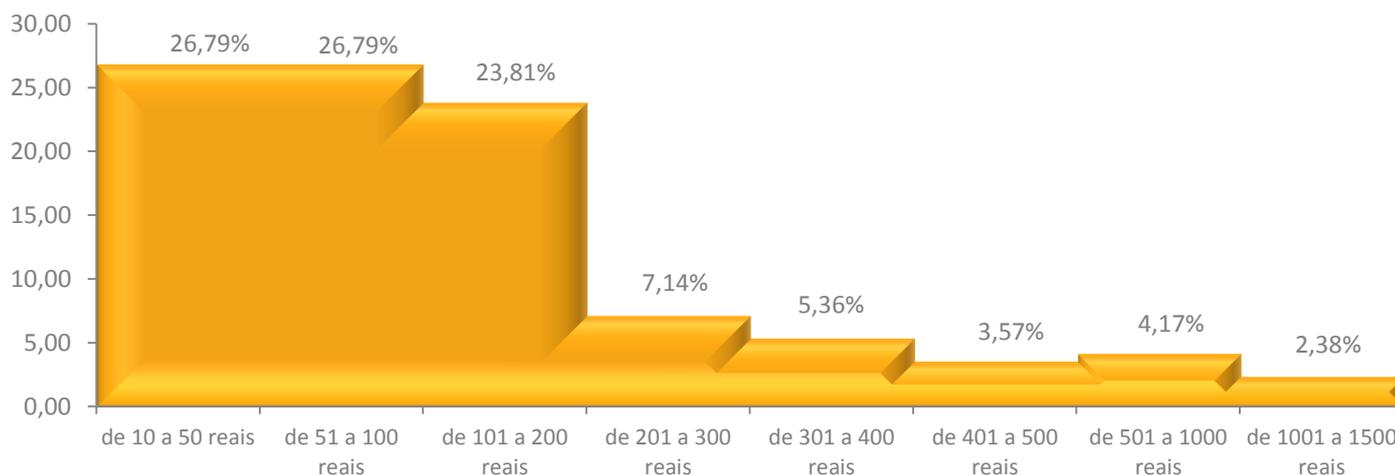
Gráfico 23 – Meio de Transporte Utilizado



Fonte: ADTUR – TO

Com relação aos gastos com hospedagem, alimentação, transporte e outros a maioria dos visitantes entrevistados declararam gastar até R\$ 100,00 reais por dia, correspondendo a 53,58%. Cerca de 31% gastaram de R\$ 101,00 a R\$ 300,00 por dia, 8,93% gastaram entre R\$ 301,00 a R\$ 500,00 por dia e 6,55% dos entrevistados gastaram entre R\$501,00 a R\$ 1500,00 por dia.

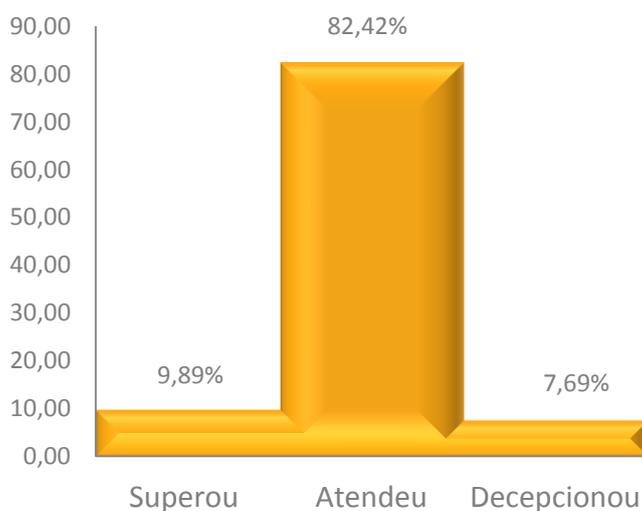
Gráfico 24 – Gasto Diário (Hospedagem, Alimentação, Transporte, Outros)



Fonte: ADTUR – TO

Na avaliação sobre o nível de satisfação sobre o evento 82,42% dos visitantes entrevistados declararam atender as expectativas geradas, 9,89% dos entrevistados declararam ter superado as expectativas geradas e 7,69% ter decepcionado com o evento.

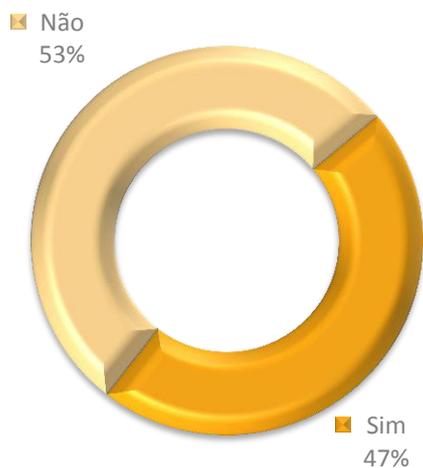
Gráfico 25 – Nível de Satisfação



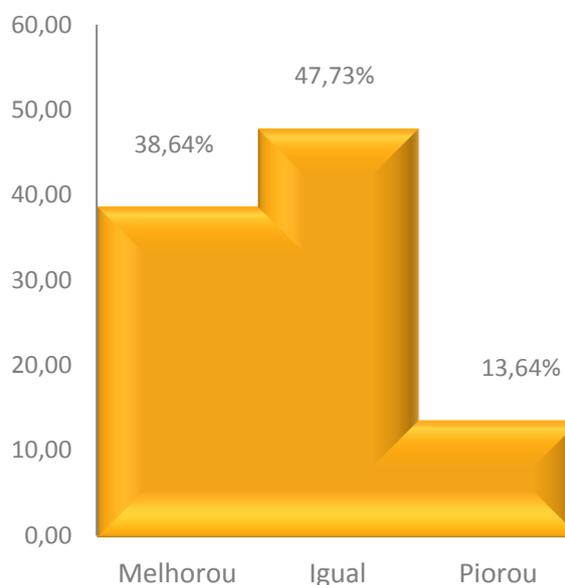
Fonte: ADTUR – TO

Cerca de 47% dos visitantes entrevistados declararam ter participado do evento anterior, sendo que destes 38,64% afirmaram ter melhorado em algum aspecto, 47,73% afirmaram estar igual, e 13,64% afirmaram ter piorado.

Gráfico 26 – Participou do Evento/Ano Anterior Gráfico 27 - Se sim, Como Avalia Este Ano



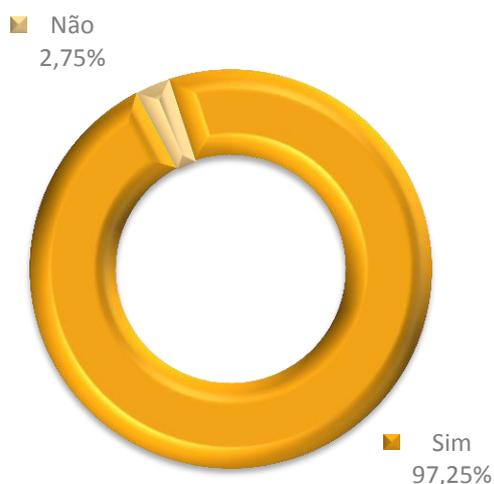
Fonte: ADTUR – TO



Fonte: ADTUR – TO

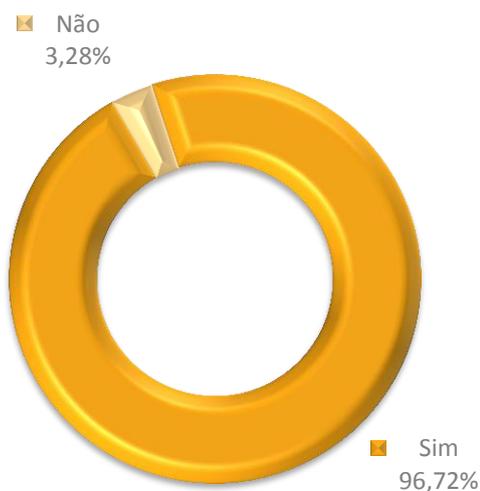
A grande maioria dos visitantes entrevistados (97,25%) afirmou ter a pretensão de voltar outras vezes para o evento e 96,72% afirmaram ter a pretensão de indicar o evento para amigos e/ou parentes.

Gráfico 28 – Pretensão de Voltar outras Vezes para o Evento



Fonte: ADTUR – TO

Gráfico 29 - Pretensão de Indicar o Evento para Amigos e/ou Parentes



Fonte: ADTUR – TO

## 4.8 MOVIMENTAÇÃO FINANCEIRA

---

Analisado como uma atividade econômica, o turismo é definido a partir do resultado econômico do consumo dos visitantes. A diversidade de perfis de renda familiar dos visitantes, as suas motivações de viagem, o tempo de permanência e as condições natural e econômica do destino receptor, são exemplos de condicionantes da demanda turística que implicam na grande heterogeneidade dos consumidores de produtos e serviços turísticos.

A receita gerada pelo público participante do Carnaval de Palmas no ano de 2010 foi composta pela soma da receita gerada pelos visitantes com a receita gerada pelos residentes. A receita gerada pelos visitantes no município durante o período carnavalesco foi composta pela soma das receitas geradas pelos visitantes com hospedagem, alimentação, transporte e outros gastos.

A receita gerada pelos visitantes (43.750 pessoas) na cidade durante o período carnavalesco foi de R\$ 1.312.500,00, considerando o gasto médio de R\$ 30,00. A receita gerada pelos residentes (81.250 pessoas) na cidade foi de R\$2.437.500,00, considerando o gasto médio de R\$ 30,00.

A receita gerada pelo público participante (125.000 pessoas) do Carnaval de Palmas 2010 foi de R\$ 3.750.000,00, considerando o gasto médio de R\$ 30,00.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

---

No Tocantins, os eventos possuem públicos predominantes de tocantinenses, caracterizando-se como eventos que incentivam principalmente o fluxo turístico interno, mas com os dados coletados nas pesquisas, poderão ser traçados planos para que os mesmos recebam maiores fluxos de demandas de outros Estados e outros países.

O Tocantins se destaca nos eventos carnavalescos pela tradição e devido a grande atratividade que possui. Porém é interessante salientar que para promover o desenvolvimento e a sustentabilidade do evento é importante observar dados e indicadores obtidos através de estudos e pesquisas, buscando identificar pontos fortes e fracos sobre a infra-estrutura, serviços e fatores de atratividade ofertados. Conforme os eventos vão se desenvolvendo exige-se cada vez mais métodos de

planejamento e organização, espaços bem estruturados, profissionais especializados e marketing competitivo na disputa por uma fatia do mercado nacional e internacional.

Dessa forma, a análise de mercado é primordial para investimentos direcionados da infra-estrutura e para busca de estratégias de marketing e de comunicações junto a diversos subgrupos.

## 6. CONCLUSÕES

---

A demanda de turistas do município de Palmas foi originada em, sua maioria, na região do entorno, sendo caracterizada por viagens de curtos deslocamentos.

Quanto a demanda turística advinda de outras Unidades Federativas, o Estado de Goiás e o Distrito federal foram destaques.

O perfil predominante dos residentes, dos turistas e dos excursionistas pouco se divergem. Considerando o público geral participante do evento foi observado a predominância do seguinte perfil: do sexo masculino; solteiro; não possui dependentes, sendo que os que possuem se enquadram na faixa de 1 a 3 dependentes; com a idade entre 18 e 24 anos; nível médio completo; renda individual mensal de até R\$ 510,00 (excursionistas), entre R\$ 511,00 e R\$ 1.530,00 (residentes) e entre R\$ 1.531,00 e R\$ 3.060,00 (turistas).

A atividade turística gerou no município o montante de R\$1.312.500,00 aproximadamente no período carnavalesco. A receita agregada (residentes e visitantes) gerada no Carnaval de Palmas 2010 foi de R\$ 3.750.000,00.

Conclui-se que “Carnaval” pode representar um importante produto turístico do município, além de ser um grande gerador de divisas e de inclusões sociais. O poder competitivo deste produto turístico local está diretamente relacionado ao envolvimento e comprometimento da comunidade e do poder público municipal nos processos de planejamento, gestão e execução do evento carnavalesco ofertado.

## 7. BIBLIOGRAFIA

---

GUJARATI, D. N. *Econometria Básica*. 3. ed. São Paulo: Makron Books, 2000.

FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS. *Apostila do Curso de Introdução à Pesquisa em Turismo*: 2010. Rio de Janeiro, 117p.

## ANEXO

### AVALIAÇÃO DO PÚBLICO PARTICIPANTE DO CARNAVAL 2010 - TOCANTIN S

Data da entrevista: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_ Pesquisador: \_\_\_\_\_ Nº do Formulário: \_\_\_\_\_

#### I – PERFIL SÓCIO-ECONÔMICO - RESIDENTE E VISITANTE

1 – Residência: \_\_\_\_\_ UF: \_\_\_\_\_ PAÍS: \_\_\_\_\_

Se for residente local, responder até a pergunta nº 13, exceto nº 2 e nº 3

2 – O(A) Sr(a) irá pernoitar (dormir) neste município?

(1) Não (2) Sim

Se a resposta for "Não", responder até a pergunta nº 11

3 – Quantos dias o (a) senhor (a) pretende ficar na cidade?  
\_\_\_\_\_ dia(s)

4 – Sexo: (1) Masculino (2) Feminino

5 – Estado Civil:

1) Solteiro 3) Divorciado/Separado  
2) Casado 4) Viúvo

6 – Possui dependentes (filhos)?

(1) Não.  
(2) Sim, Quantos? \_\_\_\_\_

7 – Qual é a sua idade:

(1) Até 17	(2) 18 a 24	(3) 25 a 29	(4) 30 a 39	(5) 40 a 49	(6) 50 a 59	(7) Mais de 60
---------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------	-------------------

8 – Grau de escolaridade:

1) Sem educação formal	5) Superior completo
2) Ensino fundam/primário	6) Superior incompleto
3) Ensino Médio Completo	7) Pós-graduação Completo
4) Ensino Médio Incompleto	8) Pós-graduação Incompleto

9 – Renda Mensal Individual:

1) Até 510,00	5) 4.591,00 a 6.120,00
2) 511,00 a 1.530,00	6) 6.121,00 a 7.650,00
3) 1.531,00 a 3.060,00	7) 7.651,00 a 10.200,00
4) 3.060,00 a 4.590,00	8) acima de 10.200,00

#### II – AVALIAÇÃO DO RESIDENTE E VISITANTE

10 – Como o (a) sr (a) avalia a infraestrutura e serviços do evento, em relação a:

	1. Ruim	2. Regular	3. Bom	NS/NR
10.1 Limpeza	(1)	(2)	(3)	(4)
10.2 Banheiros	(1)	(2)	(3)	(4)
10.3 Segurança Pública	(1)	(2)	(3)	(4)
10.4 Sinalização	(1)	(2)	(3)	(4)
10.5 Barracas comerciais	(1)	(2)	(3)	(4)
10.6 Programação cultural	(1)	(2)	(3)	(4)
10.7 Divulgação	(1)	(2)	(3)	(4)
10.8 Estacionamento	(1)	(2)	(3)	(4)
10.9 Organização do evento	(1)	(2)	(3)	(4)

11 – Como o (a) sr (a) avalia a infraestrutura básica e turística do município, em relação a:

	NS/NR			
11.1 Rodoviária	1( )	2( )	3( )	4( )
11.2 Restaurantes	1( )	2( )	3( )	4( )
11.3 Hospedagem	1( )	2( )	3( )	4( )
11.4 Diversão Noturna	1( )	2( )	3( )	4( )
11.5 Posto Médico	1( )	2( )	3( )	4( )
11.6 Transporte intermunicipal	1( )	2( )	3( )	4( )

#### III – COMPORTAMENTO DO VISITANTE

12 – Qual foi o principal motivo da viagem:

1) Carnaval	5) Lazer
2) Estudos/Pesquisas	6) Caráter Religioso
3) Negócios/Trabalho	7) Caráter Desportivo
4) Visita a amigos/ Parentes	8) Aspectos Ecológicos

13 – Qual sua companhia na viagem?

1) Sozinho	4) Casal sem filhos
2) Família	5) Amigos
3) Casal com filhos	6) Colegas de Trabalho

90) outros: \_\_\_\_\_

14 – Qual o meio de hospedagem utilizado?

1) Pousadas	3) Camping
2) Hotéis	4) Casa de amigos/ parentes

90) Outros: \_\_\_\_\_

15 – Qual o meio de transporte utilizado para chegar ao município?

1) Automóvel	3) Moto
2) Ônibus	90) Outros: _____

16 – Qual o seu gasto médio diário no evento com:

16.1 Hospedagem	R\$
16.2 Alimentos e Bebidas	R\$
16.3 Transporte e combustível	R\$
16.4 Outros	R\$

17 – Quantas pessoas estão incluídas neste gasto, inclusive o Sr(a)? \_\_\_\_\_ pessoas

18 – Quanto ao nível de satisfação:

1) Superou	2) Atendeu	3) Decepcionou
------------	------------	----------------

que: \_\_\_\_\_ que: \_\_\_\_\_ que: \_\_\_\_\_

19 - Já participou deste evento no ano anterior?

1( ) Sim 2( ) Não

19.1- Se sim, como avalia este ano:

1) Melhorou	(2) Igual	3) Piorou
-------------	-----------	-----------

que: \_\_\_\_\_ que: \_\_\_\_\_ que: \_\_\_\_\_

20- Pretende voltar outras vezes? 1( ) Sim 2( ) Não

21- Pretende indicar este evento a amigos/parentes?

1( ) Sim 2( ) Não

Agradeço!