

PESQUISA DE DEMANDA

Temporada Araguaia

São Miguel do Araguaia

2013



GOVERNO ESTADUAL

Marconi Ferreira Perillo Júnior
Governador do Estado de Goiás

José Eliton de Figueiredo Júnior
Vice-Governador do Estado de Goiás

AGÊNCIA GOIANA DE TURISMO – GOIÁS TURISMO

Aparecido Sparapani
Presidente

Jailson José do Nascimento
Chefe de Gabinete

José Adriano Donzelli
Diretor de Gestão Planejamento e Finanças

Sandra Mendez Soares
Diretora de Infraestrutura e Operações Turísticas

Ricardo Silva
Diretor de Desenvolvimento Turístico

Nelson Henrique de Castro Ribeiro
Diretor do Prodetur

DIRETORIA DE PESQUISAS TURÍSTICAS

Luiz Antônio Stival Milhomens
Diretor

Marcos Martins Borges
Gerente

Bruna de Toledo Salgueiro
Coordenadora de Informações e Dados Turísticos

Equipe Técnica
Luciane do Carmo Stival
Lyvia Karla de Paiva Orcino
Patrícia de Cácia Marques

Estagiários
Dhiogo Pimentel Toledo
Rodrigo Alves de Oliveira
Rosiene Francisco dos Santos
Victor Hugo Ataíde Stival

Pesquisadores
Ana Paula Silva Fraga
Alexandre Vinícius Pereira de Souza
Franciele César Ferreira
Heliana Santos Dias
Marcilene Maria da Silva
Tonisia do Santos

Capa
Juliana Osório Cruvinel

1. APRESENTAÇÃO

Goiás Turismo

A Goiás Turismo – Agência Goiana de Turismo, órgão oficial do Estado de Goiás, tem como objetivo executar a política estadual de turismo, compreendendo o fomento do turismo no Brasil de forma a consolidar os destinos turísticos goianos no mercado nacional e promovê-los internacionalmente.

Diretoria de Pesquisa

A Agência Goiana de Turismo – Goiás Turismo, por meio do Governo Estado de Goiás, criou a Diretoria de Pesquisas Turísticas (DPES/IPTUR). Sua equipe técnica é formada por um Diretor, um Gerente de Pesquisa, além de técnicos especialistas em turismo e estagiários das áreas de turismo, administração, tecnologia da informação e estatística.

O objetivo da equipe multidisciplinar da Diretoria é desenvolver um trabalho amplo para a alimentação de um banco de dados, colaborando para o desenvolvimento de um turismo planejado a partir de dados da cadeia produtiva dos serviços turísticos no Estado de Goiás. Todos os trabalhos realizados pela Diretoria e seus parceiros são disponibilizados no Observatório do Turismo do Estado de Goiás (www.observatoriidoturismo.tur.br).

Temporada Araguaia

Um dos principais destinos turísticos de Goiás, a Região do Vale do Araguaia é um dos principais cartões postais do Estado de Goiás, tem 2.200 km de extensão e faz divisa natural dos estados de Goiás, Mato Grosso, Tocantins e Pará. A região tem no mês de julho o seu auge de visitação quando os municípios ribeirinhos recebem alto fluxo de turistas, que se hospedam tanto nas próprias cidades quanto nos acampamentos que são montados às margens do rio Araguaia.

Para viabilizar as pesquisas, foi firmada parceria com as Secretarias Municipais de Turismo dos municípios pesquisados, Secretaria de Segurança Pública, Polícia Militar e Polícia Rodoviária Estadual. Neste relatório são apresentados os resultados da pesquisa realizada em São Miguel do Araguaia.

2. METODOLOGIA

Para melhorar a qualidade dos serviços oferecidos, fortalecendo ainda mais o turismo na região, é essencial caracterizar e dimensionar a demanda turística na região. Com esse objetivo, a Goiás Turismo, por meio da Diretoria de Pesquisas Turísticas do Estado de Goiás (DPES/IPTUR), realizou de pesquisa de demanda turística na Região do Vale do Araguaia no período de 18 a 22 de julho. Seis municípios foram contemplados nos trabalhos: Aragarças, Aruanã, Britânia, Nova Crixás (Bandeirantes), São Miguel do Araguaia (Luiz Alves) e Cidade de Goiás – esta última incluída por ser a principal rota de acesso aos municípios ribeirinhos.

A pesquisa foi realizada na GO 244, próximo a Luis Alves, e contou com a participação de 4 pesquisadores e 2 Policiais Militares. Os policiais paravam os veículos, sendo em média 8 carros a cada 20 minutos, e não foram solicitadas paradas de ônibus, motos ou

caminhões. Os pesquisadores não entrevistaram pessoas de um mesmo grupo viajando em carros diferentes.

Assim que os policiais paravam os veículos, um dos pesquisadores se aproximava do possível entrevistado, apresentava a si mesmo, a Goiás Turismo, a Secretaria de Turismo e a pesquisa. Após a apresentação, era feito uma triagem utilizando-se de um formulário específico para identificar se o entrevistado se enquadrava na categoria de turista (não residente, pernoitando pelo menos uma noite no destino) e morador, visitante sem pernoite ou passante (anexo 1). Somente os entrevistados que se enquadraram na categoria de turista responderam ao formulário de pesquisa de demanda (anexo 2).

Foi feito também, durante os cinco dias, a contagem dos veículos (anexo 3) que passaram pelo ponto de pesquisa. Os dados gerais da pesquisa são:

- 761 veículos passaram pela barreira no período da pesquisa.
- Foram abordados 376 veículos, sendo que 253 eram conduzidos por não turistas e 123 por turistas que responderam ao formulário.

Os formulários foram tabulados utilizando o sistema de formulários do Google Drive. Posteriormente, os dados foram exportados para o Excel e analisados no software R (Programa Estatístico) e no Excel para gerar este relatório.

3. DESTAQUES DA PESQUISA COM OS TURISTAS

Perfil do Entrevistado:

- 68% dos entrevistados são do Estado de Goiás.
- 31,7% dos entrevistados são de Goiânia.
- 30,4% dos entrevistados possuem entre 32 e 40 anos.
- 43% dos entrevistados têm o ensino médio completo.
- 55,1% dos entrevistados recebem entre 2 e 6 salários mínimos.

Características da Viagem:

- 85% dos entrevistados tinham como principal motivo de viagem o lazer.
- 98% dos entrevistados que viajaram a lazer tinham como principal Atrativo Sol e Praia.
- 63% dos entrevistados já conheciam o destino.
- 53% dos entrevistados têm como característica Grupo Familiar.
- 85% dos entrevistados pernoitaram na cidade, destes 53% se hospedaram em acampamento.

Expectativas:

- 76% dos entrevistados tinham como primeira opção de viagem São Miguel do Araguaia;
- 26,2% dos entrevistados não tinham como primeira opção viagem a São Miguel do Araguaia e sim a Aruanã;
- 40% dos entrevistados consideraram que suas expectativas foram atendidas plenamente.
- 97% dos entrevistados pretendem voltar à cidade de São Miguel do Araguaia.

4. RESULTADOS – NÃO TURISTAS

Tabela 1: Perfil do entrevistado em São Miguel do Araguaia:

	Entrevistados	%	Média de Passageiros
Morador	190	75%	2,55
Passante	53	21%	3,55
Reentrada	4	2%	3,00
Segunda Residência	6	2%	2,50
Total	253	100%	2,76

Tabela 2: Estado de Residência dos entrevistados:

Estados	Entrevistados	%
DF	2	0,8%
GO	236	96,0%
RS	2	0,8%
TO	2	0,8%
Outros	4	1,6%
Total	246	100%

Tabela 3: Contagem de Veículos:

Dia	Tempo	Contagem de Veículos
18/07/2013	10:00 às 17:00	123
19/07/2013	09:00 às 17:00	149
20/07/2013	13:00 às 18:00	93
21/07/2013	09:00 às 17:00	253
22/07/2013	09:00 às 17:00	143
Total	36:00 horas	761

5. RESULTADOS - TURISTAS

Perfil do Entrevistado

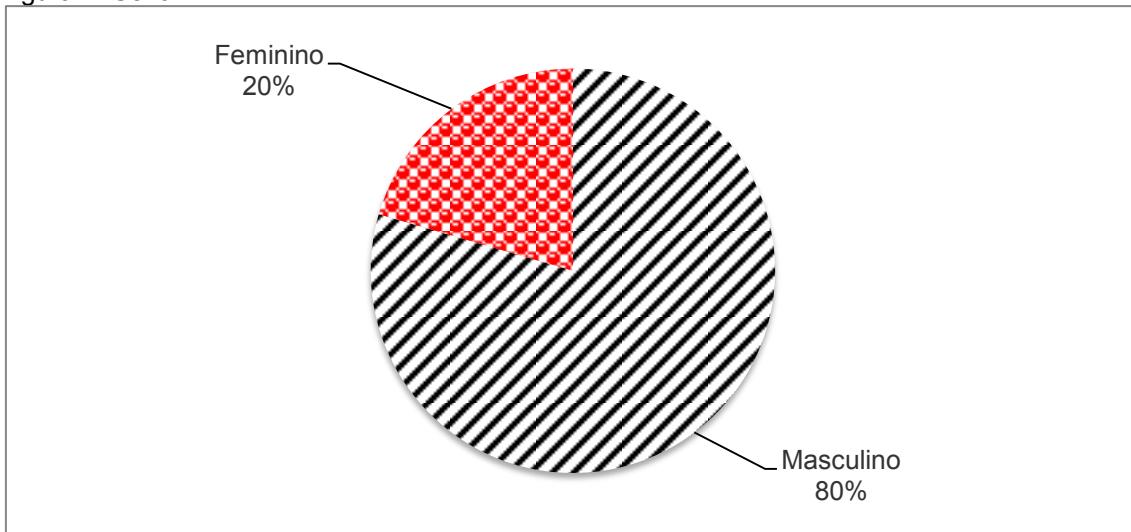
Tabela 4: Estado de origem.

Estados	Entrevistados	%
GO	85	68,0%
DF	17	13,6%
MG	10	8,0%
MT	4	3,2%
TO	4	3,2%
BA	1	0,8%
MS	1	0,8%
PA	1	0,8%
PR	1	0,8%
SP	1	0,8%
Total	125	100%

Tabela 5: Estado e cidade de origem.

Estado/Cidade	Entrevistados	Estado/Cidade	Entrevistados
GO	84	DF	17
Anápolis	13	Brasília	17
Aparecida de Goiânia	1		
Aurilândia	1	MG	8
Ceres	1	Belo Horizonte	1
Cidade de Goiás	1	Cássia	1
Goiânia	39	Divinópolis	1
Inaciolândia	1	Prata	2
Itaberaí	1	São Sebastião do Paraíso	1
Itapaci	2	Uberlândia	2
Itapuranga	2		
Jussara	1	MS	1
Mara Rosa	1	Campo Grande	1
Minaçu	2		
Mundo Novo	2	MT	5
Nova Crixás	1	Barra da Garça	1
Novo Planalto	2	Cuiabá	1
Porangatu	1	Ribeirão Cascalheira	2
Rio Verde	1	Serra Nova Dourada	1
Santa Terezinha de Goiás	1		
São Luiz de Montes Belos	3	PA	1
Senador Canedo	1	Barcarena	1
Terezópolis	1		
Uruaçu	3	PR	1
		Toledo	1
BA	1		
Luiz Eduardo Magalhães	1	SP	1
		São Paulo	1
Total	123		
		TO	4
		Araguaçu	1
		Palmas	3

Figura 1: Sexo.



* Estes dados se referem ao gênero dos entrevistados (um por veículo, geralmente o motorista), portanto não podem ser aplicados ao universo de turistas do evento.

Figura 2: Faixa etária.

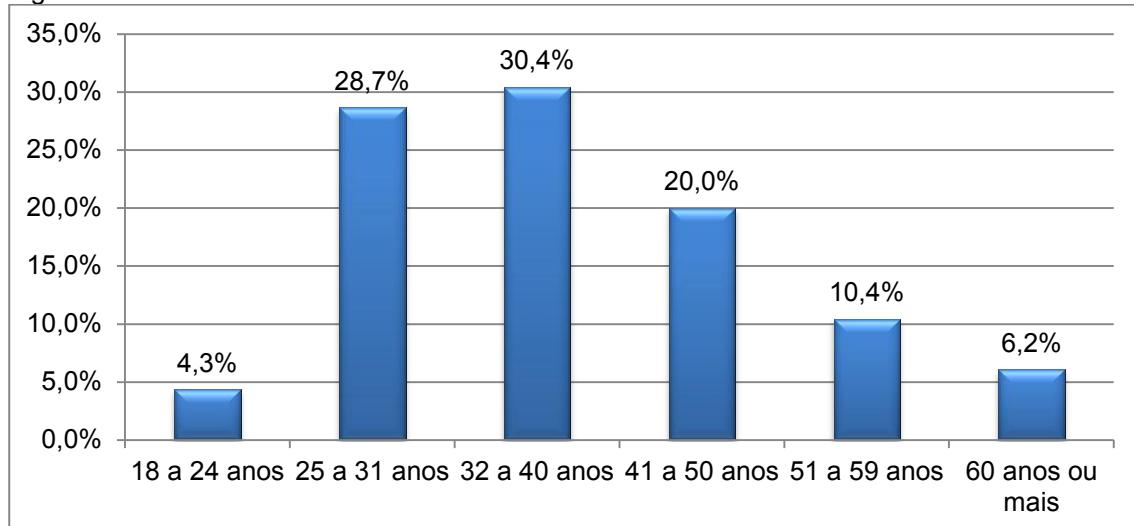


Figura 3: Principal motivo da viagem.

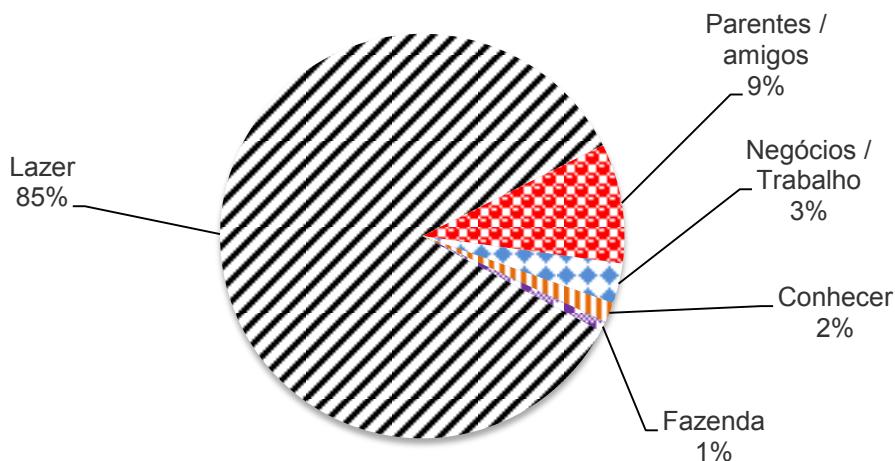


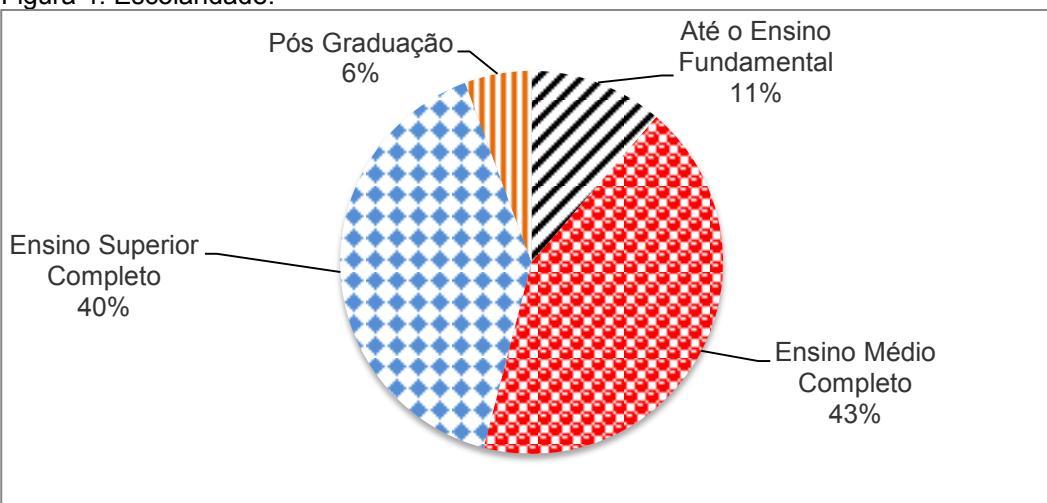
Tabela 6: Principal atrativo quando motivo de viagem foi lazer.

	Entrevistados	%
Natureza / Ecoturismo	2	2%
Sol e Praia	101	98%
Total	103	100%

Tabela 7: Renda mensal individual.

	Entrevistados	%
Até 2 Salários Mínimos	10	11,2%
De 2 até 4 Salários Mínimos	28	31,5%
De 4 até 6 Salários Mínimos	21	23,6%
De 6 até 8 Salários Mínimos	18	20,2%
Mais de 8 Salários	12	13,5%
Total	89	100%
Média Salarial	R\$ 3.579,97	

Figura 4: Escolaridade.



Características da Viagem

Tabela 8: Principal fonte de informação sobre o destino turístico.

	Entrevistados	%
Amigos / parentes	41	33,6%
Internet	2	1,6%
Já Conhecia o Destino	77	63,2%
Trabalho	2	1,6%
Total	122	100%

Tabela 9: Características do grupo.

	Entrevistados	%	Tamanho do grupo em média	Número médio de pernoites
Amigos	22	18,0%	7,19	4,80
Casal c/ Filhos	14	11,5%	3,93	5,82
Casal s/ Filhos	15	12,3%	3,27	4,10
Colegas de Trabalho	2	1,6%	2,00	-----
Grupo Familiar	65	53,3%	10,60	5,39
Sozinho	4	3,3%	1,00	3,00
Total	122	100%	7,87	5,13

Tabela 10: Pernoitaram em São Miguel do Araguaia?

	Entrevistados	%
Sim	103	85%
Não	18	15%
Total	121	100%

Tabela 11: Meio de hospedagem.

	Entrevistados	%	Tamanho do grupo em média	Número médio de pernoites
Acampamento	55	53%	9,26	5,50
Casa amigos / parentes	27	26%	6,78	3,33
Hotel / Flat	8	8%	6,63	3,00
Imóvel Aluguel	1	1%	4,00	7,00
Imóvel Próprio	9	9%	10,11	7,50
Pousada	3	3%	3,33	4,50
Total	103	100%	8,24	5,01

Gastos

Tabela 12: Gastos por pessoa.

	R\$	%
Alimentação	56,62	38%
Transporte Interno	21,66	15%
Hospedagem	13,33	9%
Atrativos e Passeios	14,71	10%
Compras Pessoais	17,66	12%
Outros	25,11	16%
Total de Gastos	149,09	100%

Avaliações

Tabela 13: Infraestrutura do município:

	Muito Bom	Bom	Ruim	Muito Ruim	Nota Média
Limpeza Urbana	38%	45%	12%	5%	3,17
Segurança Pública	37%	46%	11%	6%	3,15
Sinalização Turística	39%	43%	13%	5%	3,17
Telecomunicação/Internet	11%	23%	26%	40%	2,03
Rodovia de Acesso	71%	23%	5%	1%	3,64
Serviço de Táxi	12%	38%	25%	25%	2,38
Rodoviária	11%	56%	28%	5%	2,72

* 4 = Muito Bom; 3 = Bom; 2 = Ruim; 1 = Muito Ruim

Tabela 14: Infraestrutura e Serviços Turísticos.

	Muito Bom	Bom	Ruim	Muito Ruim	Nota Média
Restaurante/Alimentação	26%	52%	11%	11%	2,9
Hospedagem	36%	40%	20%	4%	3,1
Atrativos Turísticos Visitados	35%	51%	10%	4%	3,2
Diversão Noturna	46%	35%	13%	6%	3,2
Informações Turísticas	17%	49%	19%	15%	2,7
Preços Praticados	13%	47%	24%	16%	2,6
Guia de Turismo	23%	37%	17%	23%	2,6
Passeios / City Tour	19%	59%	14%	8%	2,9
Serviço Barqueiro	25%	54%	14%	7%	3,0
Preço Barqueiro	20%	47%	23%	10%	2,8
Acampamento	69%	25%	4%	2%	3,6
Porto	34%	37%	23%	6%	3,0

* 4 = Muito Bom; 3 = Bom; 2 = Ruim; 1 = Muito Ruim

Expectativas

Tabela 15: São Miguel do Araguaia era a primeira opção de viagem?

	Entrevistados	%
Sim	93	76%
Não	29	24%
Total	122	100%

Tabela 16: Outras cidades como primeira opção de viagem.

	Entrevistados	%
Aruanã	5	26,2%
Caldas Novas	4	21,1%
Fortaleza	3	15,8%
Palmas	1	5,3%
Porangatu	1	5,3%
Porto Seguro	1	5,3%
Rio de Janeiro	2	10,4%
São Félix do Xingu	1	5,3%
Serra da Mesa	1	5,3%
Total	19	100%

Tabela 17: Atendimento das expectativas de viagem:

	Entrevistados	%
Superadas	34	28%
Atendidas Plenamente	48	40%
Atendidas em Parte	35	29%
Não Satisfeitas ou Deceptionadas	3	3%
Total	120	100%

Tabela 18: Pretende voltar a São Miguel do Araguaia?

	Entrevistados	%
Sim	107	97%
Não	3	3%
Total	110	100%

Comentários e Sugestões

- Conscientizar os moradores e os turistas quanto à coleta seletiva, limpeza da cidade e preservação da natureza (propagandas, folders);
- Investir em treinamentos para comerciantes, garçons, empresários com intuito de acolher melhor o turista;
- Trabalho com guias turístico;
- Falta de respeito por parte de alguns barqueiros;
- Melhorar a alimentação;
- Aumentar a oferta de barracas e supermercados nas praias;
- Investir em atendimento médico;
- Preços abusivos de combustíveis;
- Melhorar o acesso para cadeirantes no embarque e desembarque no porto;
- Investir em limpeza urbana;
- Investir em policiamento na praia;
- Investir em telecomunicação e internet;
- Investir em diversão turística;
- Aumentar o número de caixas eletrônicos e agências bancárias;
- Quiosques de banco 24h espalhados pela cidade;
- Aumentar a quantidade de banheiros químicos nas praias;
- Investir na distribuição de energia;
- Melhor atendimento dos bombeiros;
- Preço das barracas abusivo;
- Difícil acesso as barracas.

ANEXOS

ANEXO 1: FORMULÁRIO DE ENTREVISTA – DEMANDA TURÍSTICA



INSTITUTO DE PESQUISAS TURÍSTICAS



(A) DADOS GERAIS

Município: _____ Local: _____ Entrevistador: _____ Data: ___ / ___ / ___ Hora: ___

Período da Pesquisa: () Temporada Araguaia (Quinta a Segunda)

(B) PERFIL DO ENTREVISTADO

Residência Permanente: 1 – País: () Brasil () Outro: 2 – Estado: () Goiás () Distrito Federal () Outra UF:

3 – Cidade: () Goiânia () Brasília () Anápolis () Outro Município: _____

4 - Sexo? () Masculino () Feminino	5- Qual é a sua idade?		
6- Qual é o principal motivo da viagem: (apenas uma opção)	6. A - Se lazer, qual foi o Principal Atrativo?		
() Lazer () Negócios/Trabalho () Parentes/amigos	() Águas Termais () Cultura () Natureza/Ecoturismo		
() Saúde () Compras Pessoais () Estudos ou Cursos	() Religião () Sol e Praia () Diversão Noturna		
() Religião ou Peregrinação () Outros	() Viagem de Incentivo (Prêmio) () Outros		
() Congressos/Feiras ou Convenções () Esportes			

7- Renda Mensal Individual:

8 - Escolaridade: () Até o Ensino Fundamental I () Ensino Médio Completo () Ensino Superior Completo () Pós-Graduação

(C) CARACTERÍSTICAS DA VIAGEM

9 - Qual a Principal Fonte de Informação para Preparação desta Viagem?(resposta única)	() Feiras, Eventos e Congressos	() Internet
() Já Conhecia o Destino () Artigos em Revistas e Jornais	() Programas de TV e Rádio	() Outros (especifique)
() Amigos/parentes () Local Onde Trabalha	() Anúncios, Campanhas Publicitárias	
() Folders e Brochuras () Guias Turísticos Impressos	() Agência de Viagem	

10-Característica do Grupo? Tamanho do Grupo: _____

() Sozinho () Casal s/ Filhos () Casal c/ Filhos () Grupo Familiar () Amigos() Colegas de Trabalho () Outros_____

11 - Pernoitou na cidade?

() Sim - Número de pernoites em Hotel _____
() Sim - Número de pernoites em Acampamento _____
() Não - Horas no destino_____

12 - Viagem organizada por agência de turismo?

() Sim () Não

13 – Meio de Transporte utilizado para chegar ao destino?

() Automóvel Próprio	() Avião	() Ônibus de Linha	() Camping	() Casa amigos/parentes	() Acampamento
() Ônibus/Van Turismo/Excursão	() Ônibus/Van Fretado		() Pousada	() Imóvel Aluguel	() Imóvel Próprio
() Outros (listar):			() Hotel/Flat	() Outros (listar):	

(D) Detalhe os gastos realizados no município para os seguintes itens:

1 – Alimentação	() Gasto Zero	R\$	6 – Compras Pessoais	() Gasto Zero	R\$
2 – Transporte Interno	() Gasto Zero	R\$	7 - Outros (listar)	() Gasto Zero	R\$
3 – Hospedagem	() Gasto Zero	R\$			
4 – Atrativos e Passeios	() Gasto Zero	R\$	9 - TOTAL DE GASTOS	() Gasto Zero	R\$

10–Contando com você, quantas pessoas estão incluídas neste gasto?

(E) ACESSIBILIDADE PNE

1 - Você ou alguém de seu grupo é portador de necessidades especiais? () Não Sim: () Respondente () Membro do grupo

2- Tipo de necessidade: () locomoção () auditiva () visual () Outros: _____

3 - Cite as acessibilidades que mais sentiu falta: _____

4 - Alguma sugestão para o destino se adequar a PNE? _____

(F) INFRAESTRUTURA

	Muito Bom	Bom	Ruim	Muito Ruim	Não se Aplica
2 – Limpeza Urbana	4	3	2	1	0
3 – Segurança pública	4	3	2	1	0
4 – Sinalização turística	4	3	2	1	0
5 – Serviço de Táxi	4	3	2	1	0
6 - Telecomunicações/Internet	4	3	2	1	0
7 – Rodoviária	4	3	2	1	0
8 – Rodovia de acesso	4	3	2	1	0

(G) INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS TURÍSTICOS

	Muito Bom	Bom	Ruim	Muito Ruim	Não se Aplica
1 – Restaurantes/Alimentação	4	3	2	1	0
2 – Hospedagem	4	3	2	1	0
3 – Atrativos Turísticos Visitados	4	3	2	1	0
4 – Diversão Noturna	4	3	2	1	0
5 – Informações Turísticas	4	3	2	1	0
6 – Preços Praticados	4	3	2	1	0
7 – Guia de Turismo	4	3	2	1	0
8 – Passeios / City Tour	4	3	2	1	0
9 – Serviço do barqueiro	4	3	2	1	0
10 – Preço do barqueiro	4	3	2	1	0
11 – Acampamento	4	3	2	1	0
12 – Porto	4	3	2	1	0

(H) EXPECTATIVAS

1 – Esta cidade era sua primeira opção de viagem nestas férias? () Não () Sim

Se não, quais? _____

2- Nesta Viagem, suas expectativas foram:

() Superadas () Atendidas Plenamente () Atendidas em Parte () Não Satisfeitas ou Deceptionadas

3 - Você pretende voltar a este destino? () Sim () Não Motivo para não voltar: _____

Seus comentários são muito importantes para melhorarmos o nosso destino. Você tem alguma sugestão ou crítica adicional?

ANEXO 2: FORMULÁRIO PARA CONTAGEM DE MORADORES E VISITANTES SEM PERNOTE



INSTITUTO DE PESQUISAS TURÍSTICAS



Localização: _____

Pesquisador: _____ Data: ____/____/____ Período: _____ Nº da folha: _____

PERFIL DO ENTREVISTADO: MORADOR REENTRADA PASSANTE: SEGUNDA RESIDÊNCIA OUTROS: _____

VISITANTE SEM PERNOTE QUANTIDADE DE PASSAGEIROS: _____

MUN. DE RESIDÊNCIA DO ENTREVISTADO: GYN BSB ANAP OUTROS: _____ UF: _____

PERFIL DO ENTREVISTADO: MORADOR REENTRADA PASSANTE: SEGUNDA RESIDÊNCIA OUTROS: _____

VISITANTE SEM PERNOTE QUANTIDADE DE PASSAGEIROS: _____

MUN. DE RESIDÊNCIA DO ENTREVISTADO: GYN BSB ANAP OUTROS: _____ UF: _____

PERFIL DO ENTREVISTADO: MORADOR REENTRADA PASSANTE: SEGUNDA RESIDÊNCIA OUTROS: _____

VISITANTE SEM PERNOTE QUANTIDADE DE PASSAGEIROS: _____

MUN. DE RESIDÊNCIA DO ENTREVISTADO: GYN BSB ANAP OUTROS: _____ UF: _____

PERFIL DO ENTREVISTADO: MORADOR REENTRADA PASSANTE: SEGUNDA RESIDÊNCIA OUTROS: _____

VISITANTE SEM PERNOTE QUANTIDADE DE PASSAGEIROS: _____

MUN. DE RESIDÊNCIA DO ENTREVISTADO: GYN BSB ANAP OUTROS: _____ UF: _____

PERFIL DO ENTREVISTADO: MORADOR REENTRADA PASSANTE: SEGUNDA RESIDÊNCIA OUTROS: _____

VISITANTE SEM PERNOTE QUANTIDADE DE PASSAGEIROS: _____

MUN. DE RESIDÊNCIA DO ENTREVISTADO: GYN BSB ANAP OUTROS: _____ UF: _____

PERFIL DO ENTREVISTADO: MORADOR REENTRADA PASSANTE: SEGUNDA RESIDÊNCIA OUTROS: _____

VISITANTE SEM PERNOTE QUANTIDADE DE PASSAGEIROS: _____

MUN. DE RESIDÊNCIA DO ENTREVISTADO: GYN BSB ANAP OUTROS: _____ UF: _____

PERFIL DO ENTREVISTADO: MORADOR REENTRADA PASSANTE: SEGUNDA RESIDÊNCIA OUTROS: _____

VISITANTE SEM PERNOTE QUANTIDADE DE PASSAGEIROS: _____

MUN. DE RESIDÊNCIA DO ENTREVISTADO: GYN BSB ANAP OUTROS: _____ UF: _____

PERFIL DO ENTREVISTADO: MORADOR REENTRADA PASSANTE: SEGUNDA RESIDÊNCIA OUTROS: _____

VISITANTE SEM PERNOTE QUANTIDADE DE PASSAGEIROS: _____

MUN. DE RESIDÊNCIA DO ENTREVISTADO: GYN BSB ANAP OUTROS: _____ UF: _____

ANEXO 3: FORMULÁRIO DE CONTAGEM DE VEÍCULOS



INSTITUTO DE PESQUISAS TURÍSTICAS



Localização: _____

Data: ____ / ____ / ____ Hr. Início _____ / Hr. Fim: _____ Pesquisador: _____

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	
																									25
																									50
																									75
																									100
																									125
																									150
																									175
																									200
																									225
																									250
																									275
																									300
																									325
																									350
																									375
																									400
																									425
																									450
																									475
																									500
																									525
																									550
																									575
																									600
																									625
																									650
																									675
																									700
																									725
																									750
																									775
																									800
																									825
																									850
																									875
																									900
																									925
																									950
																									975
																									1000

TOTAL: