

PESQUISA

PERFIL DO VISITANTE DE **CALDAS NOVAS**

E O INTERESSE
NAS EXPERIÊNCIAS
ALÉM DAS ÁGUAS.



GOVERNO ESTADUAL

Ronaldo Ramos Caiado
Governador do Estado de Goiás

Daniel Elias Carvalho Vilela
Vice-Governador

AGÊNCIA ESTADUAL DE TURISMO – GOIÁS TURISMO

Roberto Naves
Presidente

Andreia de Araújo I. Adourian
Procuradoria Setorial

Aline de Sousa Lobo
Gerência da Secretaria-geral

Valquíria Faria da Silva
Diretoria de Gestão Integrada

Manoel Eloy de Melo Oliveira dos Santos
Gerência de Gestão Institucional e Finanças

Marcio da Silva Cardoso
Gerência de Contabilidade

Marilianne Glaucé Mendes Almeida
Gerência de Compras e Apoio Administrativo

Daniella Pereira Barbosa
Diretoria de Fomento ao Turismo

Thales Queiroz de Oliveira
Gerência de Projetos de Fomento ao Empreendedorismo e Atração de
Investimentos

Bruna Ariadne Figueiredo Vieira
Gerência de Estudos, Pesquisa e Qualificação

Delvanira Bernardo Silva
Gerência de Estruturação e Produtos Turísticos

Karla Castanheiro Rady
Gerência de Marketing e Promoção do Turismo

Giovanna Adriana Tavares Gomes
Coordenadora do Observatório do Turismo do Estado de Goiás

Amanda Alves Borges

Coordenadora de Pesquisa de Campo do Observatório do Turismo do Estado de
Goiás

Equipe de Apoio Técnico por Área

Amanda Alves Borges – Turismo / Analista de Dados / Pesquisadora
Blenda Domingues Bittencourt – Turismo / Pesquisadora
Carlos Henrique Pereira de Freitas – Economia / Analista de dados/Pesquisador
Diego Carneiro Oliveira – Turismo / Analista de Dados / Pesquisador
Giovanna Adriana Tavares Gomes - Turismo / Gestora / Pesquisadora
José Carlos Paim Pamplona – Estágio / Ciência da Computação
José Ricardo Borrás – Apoio / Tabulação de dados / Pesquisador
Lindalva Maria Costa – Apoio / Tradutora
Lucas Souza de Oliveira - Design Gráfico
Maria Aparecida Alves do Carmo – Apoio / Tabulação de dados / Pesquisadora
Polliana Alves da Silva - Turismo/Pesquisadora Voluntária
Rafael de Araújo Rosa - Estatístico Voluntário
Reginaldo Soares de Azevedo (Museólogo/Tabulação de Dados/Pesquisador
Valquíria Vital Machado – Turismo / Pesquisadora Voluntária
Waldedy Maria de Paula – Jornalismo / Pesquisadora
Wanessa Silva Ramos - Turismo/Pesquisadora Voluntária

Pesquisadores

Carlos Henrique Pereira de Freitas
José Ricardo Borrás
Lindalva Maria Costa
Valquíria Vital Machado

Capa e Infográfico

Lucas Souza de Oliveira

Relatório Técnico Estatístico

Carlos Henrique Pereira de Freitas
Giovanna Adriana Tavares Gomes
José Carlos Paim Pamplona

1 APRESENTAÇÃO

A Goiás Turismo Agência Estadual de Turismo - Goiás Turismo, órgão oficial do Estado de Goiás, tem como objetivo executar a política estadual de Turismo, compreendendo o fomento do turismo e a consolidação dos destinos turísticos goianos no âmbito estadual e nacional, bem como promovê-los internacionalmente.

1.1 Observatório do Turismo do Estado de Goiás

A equipe técnica do Observatório do Turismo composta por técnicos especialistas em Turismo, Administração, Economia, Jornalismo, Design, Estatística e Museologia. O objetivo da equipe multidisciplinar é desenvolver um trabalho amplo para a alimentação de 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 pelo departamento e seus parceiros são disponibilizados no Site da Goiás Turismo (<http://www.goiasturismo.go.gov.br/>).

1.2 ROTA ALÉM DAS ÁGUAS

A Rota Além das Águas é uma iniciativa que busca valorizar e diversificar a experiência turística em Caldas Novas, ampliando o olhar para além das famosas águas termais que consagram o destino como referência nacional. A proposta reúne atrativos culturais, gastronômicos e vivências autênticas, aproximando os visitantes da identidade local e da riqueza da região.

Além do lazer associado às piscinas e hotéis, a Rota convida turistas a explorarem sabores regionais, conhecerem a produção artesanal, vivenciarem tradições culturais e descobrirem paisagens que reforçam a diversidade do Centro-Oeste. Dessa forma, contribui não apenas para enriquecer a experiência do visitante, mas também para fortalecer a economia local e promover o desenvolvimento sustentável do turismo em Caldas Novas.

A iniciativa destaca-se como uma oportunidade para que turistas tenham contato direto com a história, cultura e modos de vida da comunidade, criando conexões mais significativas e duradouras com o destino.

2 METODOLOGIA

2.1 DESCRIÇÃO DA PESQUISA

A pesquisa foi desenvolvida pelo Governo do Estado de Goiás, por meio da Goiás Turismo (Observatório do Turismo), em parceria com o SEBRAE Goiás e a Secretaria Municipal de Turismo e Eventos de Caldas Novas. O objetivo do levantamento foi identificar o perfil sociodemográfico, comportamental e motivacional dos turistas que frequentam a cidade, de forma a subsidiar ações estratégicas de posicionamento e comercialização da iniciativa Rota Além das Águas.

A coleta de dados foi realizada entre os dias 24 e 28 de julho, envolvendo a participação de 300 respondentes. Os questionários foram aplicados em formato impresso, contendo perguntas abertas e fechadas.

Para a tabulação quantitativa, utilizou-se o Google Forms, e posteriormente os dados foram exportados para o Excel, onde passaram por análise e sistematização, resultando na elaboração deste relatório técnico.

3 DESTAQUES DA PESQUISA

- Foram entrevistados 300 participantes do evento;
- 60,67% dos respondentes são do gênero feminino e 39,33% masculino;
- A idade média dos respondentes é de 45,8 anos;
- 41,67% dos participantes são de Minas Gerais e 26,67% de Goiás;
- Os grupos entrevistados são majoritariamente familiares, correspondendo a 66,00% dos respostas;
- O tamanho médio dos grupos é de 7 pessoas;
- Hotel foi o principal meio de hospedagem relatado, correspondendo a 73,67%;
- Lazer (Relaxamento, Piscinas Termais) foi o motivo mais relatado como motivo para a viagem a Caldas Novas, sendo mencionado por 92,00% dos respondentes;
- Amigos/familiares foi o canal mais utilizado para buscar informações para planejar a viagem a Caldas Novas, sendo mencionado por 43,67% dos respondentes;
- Relaxamento e descanso foi mencionado como a experiência mais buscado pelos turista, sendo mencionado por 75,33% dos respondentes;
- 8,00% dos respondentes conhecem a "Rota Além das águas" em Caldas Novas;
- 66,00% dos respondentes possuem muito interesse ou algum interesse em conhecer os produtos e experiências da "Rota Além das águas" em Caldas Novas;
- 68,33% dos respondentes possuem muito interesse ou algum interesse em participar de experiências culturais, gastronômicas ou de vivência local da "Rota Além das águas";

4 RESULTADOS DAS ENTREVISTAS COM TURISTAS E TURISTAS CIDADÃOS (COMUNIDADE LOCAL)

Perfil do Entrevistado

Tabela 1: País de origem.

	Respondentes	%
Brasil	297	99,00%
Índia	1	0,33%
Irlanda	1	0,33%
Peru	1	0,33%
Total	300	100,00%

Tabela 2: Estado de origem.

	Respondentes	%
Minas Gerais	125	41,67%
Goiás	80	26,67%
São Paulo	31	10,33%
Distrito Federal	20	6,67%
Rio de Janeiro	9	3,00%
Santa Catarina	6	2,00%
Rio Grande do Sul	5	1,67%
Paraná	4	1,33%
Rondônia	3	1,00%
Mato Grosso	3	1,00%
Pará	3	1,00%
Roraima	2	0,67%
Mato Grosso do Sul	2	0,67%
Lima (Peru)	1	0,33%
Índia (Índia)	1	0,33%
Bahia	1	0,33%
Maranhão	1	0,33%
Leinster (Irlanda)	1	0,33%
Espírito Santo	1	0,33%
Amapá	1	0,33%
Total	300	100,00%

Tabela 3: Cidades de origem.

	Respondentes	%
Goiânia	41	13,67%
Belo Horizonte	40	13,33%
Brasília	20	6,67%
Uberlândia	18	6,00%
São Paulo	12	4,00%

Juiz de Fora	6	2,00%
Rio de Janeiro	5	1,67%
Montes Claros	5	1,67%
São Bernardo do Campo	5	1,67%
Betim	4	1,33%
Itabira	4	1,33%
Catalão	4	1,33%
Uberaba	4	1,33%
Planaltina	3	1,00%
Araguari	3	1,00%
Ribeirão Preto	3	1,00%
Anápolis	3	1,00%
Valparaíso de Goiás	3	1,00%
São Gonçalo do Rio Abaixo	2	0,67%
Cataguases	2	0,67%
Rio Quente	2	0,67%
Boa Vista	2	0,67%
Cuiabá	2	0,67%
Carmo do Paranaíba	2	0,67%
Aparecida de Goiânia	2	0,67%
Brasilândia de Minas	2	0,67%
Campo Grande	2	0,67%
Morrinhos	2	0,67%
Nova Lima	2	0,67%
Florianópolis	2	0,67%
Londrina	2	0,67%
Santo André	1	0,33%
Ponta Grossa	1	0,33%
Nova Pátria	1	0,33%
Goiatuba	1	0,33%
Ribeirão das Neves	1	0,33%
Goiatuba	1	0,33%
Serra do Ramalho	1	0,33%
Governador Celso Ramos	1	0,33%
Piracanjuba	1	0,33%
Guajará-Mirim	1	0,33%
Praia Grande	1	0,33%
Guarujá	1	0,33%
Rio São Luiz Gonzaga	1	0,33%
Guarulhos	1	0,33%
São João d'Aliança	1	0,33%
Guarulhos	1	0,33%
Barretos	1	0,33%
Guaxupé	1	0,33%
Parauapebas	1	0,33%
Hortolândia	1	0,33%

Pitangui	1	0,33%
Indaiatuba	1	0,33%
Porto Alegre	1	0,33%
Índia (Índia)	1	0,33%
Quirinópolis	1	0,33%
Ipameri	1	0,33%
Delfim Moreira	1	0,33%
Ipatinga	1	0,33%
Santa Luzia	1	0,33%
Dublin (Irlanda)	1	0,33%
Carmópolis de Minas	1	0,33%
Carmo de Minas	1	0,33%
São Miguel do Leste	1	0,33%
Itabirito	1	0,33%
Trindade	1	0,33%
Itaguara	1	0,33%
Cristalina	1	0,33%
Itaúna	1	0,33%
Paraopeba	1	0,33%
Ituiutaba	1	0,33%
Patos de Minas	1	0,33%
Itumbiara	1	0,33%
Pirapora	1	0,33%
Conceição de Macabu	1	0,33%
Campo Bom	1	0,33%
Várzea Grande	1	0,33%
Porangatu	1	0,33%
Vilhena	1	0,33%
Porto Belo	1	0,33%
Águas Lindas de Goiás	1	0,33%
Praia Grande	1	0,33%
Belém	1	0,33%
Riacho dos Machados	1	0,33%
Luziânia	1	0,33%
Curitiba	1	0,33%
Macaé	1	0,33%
Divinópolis	1	0,33%
Macaé	1	0,33%
Santa Helena de Goiás	1	0,33%
Manaus	1	0,33%
Santa Maria	1	0,33%
Mario Campos	1	0,33%
Santo Antônio do Descoberto	1	0,33%
Mogi das Cruzes	1	0,33%
Fortuna de Minas	1	0,33%
Contagem	1	0,33%

São Luís	1	0,33%
Morrinhos	1	0,33%
Barra Mansa	1	0,33%
Corumbáiba	1	0,33%
Sorocaba	1	0,33%
Araxá	1	0,33%
Goianésia	1	0,33%
Niquelândia	1	0,33%
Cachoeira da Prata	1	0,33%
Nova Iguaçu de Goiás	1	0,33%
Vilhena	1	0,33%
Lagoa da Prata	1	0,33%
Vitória	1	0,33%
Lavras	1	0,33%
Lima (Peru)	1	0,33%
Não responderam	10	3,33%
Total	300	100,00%

Tabela 4: Cidades por estado .

	Respondentes	%
Minas Gerais	125	41,67%
Belo Horizonte	40	13,33%
Uberlândia	17	5,67%
Não responderam	7	2,33%
Juiz de Fora	6	2,00%
Montes Claros	5	1,67%
Betim	4	1,33%
Uberaba	4	1,33%
Itabira	4	1,33%
Araguari	3	1,00%
Araxá	1	0,33%
Brasilândia de Minas	2	0,67%
Carmo do Paranaíba	2	0,67%
Cataguases	2	0,67%
Nova Lima	2	0,67%
São Gonçalo do Rio Abaixo	2	0,67%
Cachoeira da Prata	1	0,33%
Carmo de Minas	1	0,33%
Carmópolis de Minas	1	0,33%
Contagem	1	0,33%
Delfim Moreira	1	0,33%
Divinópolis	1	0,33%
Fortuna de Minas	1	0,33%
Guaxupé	1	0,33%
Ipatinga	1	0,33%

Itabirito	1	0,33%
Itaguara	1	0,33%
Itaúna	1	0,33%
Ituiutaba	1	0,33%
Itumbiara	1	0,33%
Lagoa da Prata	1	0,33%
Lavras	1	0,33%
Mario Campos	1	0,33%
Paraopeba	1	0,33%
Patos de Minas	1	0,33%
Pirapora	1	0,33%
Pitangui	1	0,33%
Riacho dos Machados	1	0,33%
Ribeirão das Neves	1	0,33%
Santa Luzia	1	0,33%
Goiás	80	26,67%
Goiânia	41	13,67%
Catalão	4	1,33%
Anápolis	3	1,00%
Valparaíso de Goiás	3	1,00%
Planaltina	3	1,00%
Aparecida de Goiânia	2	0,67%
Morrinhos	2	0,67%
Rio Quente	2	0,67%
Águas Lindas de Goiás	1	0,33%
Corumbáiba	1	0,33%
Cristalina	1	0,33%
Goianésia	1	0,33%
Goiatuba	1	0,33%
Goiatuba	1	0,33%
Ipameri	1	0,33%
Luziânia	1	0,33%
Morrinhos	1	0,33%
Não responderam	1	0,33%
Niquelândia	1	0,33%
Nova Iguaçu de Goiás	1	0,33%
Piracanjuba	1	0,33%
Porangatu	1	0,33%
Quirinópolis	1	0,33%
Santa Helena de Goiás	1	0,33%
Santo Antônio do Descoberto	1	0,33%
São João d'Aliança	1	0,33%
Trindade	1	0,33%
Uberlândia	1	0,33%
São Paulo	31	10,33%
São Paulo	12	4,00%

São Bernardo do Campo	5	1,67%
Ribeirão Preto	3	1,00%
Barretos	1	0,33%
Guarujá	1	0,33%
Guarulhos	1	0,33%
Guarulhos	1	0,33%
Hortolândia	1	0,33%
Indaiatuba	1	0,33%
Mogi das Cruzes	1	0,33%
Praia Grande	1	0,33%
Praia Grande	1	0,33%
Santo André	1	0,33%
Sorocaba	1	0,33%
Distrito Federal	20	6,67%
Brasília	20	6,67%
Rio de Janeiro	9	3,00%
Rio de Janeiro	5	1,67%
Barra Mansa	1	0,33%
Conceição de Macabu	1	0,33%
Macaé	1	0,33%
Macaé	1	0,33%
Santa Catarina	6	2,00%
Florianópolis	2	0,67%
Governador Celso Ramos	1	0,33%
Não responderam	1	0,33%
Porto Belo	1	0,33%
São Miguel do Leste	1	0,33%
Rio Grande do Sul	5	1,67%
Campo Bom	1	0,33%
Nova Pátria	1	0,33%
Porto Alegre	1	0,33%
Rio São Luiz Gonzaga	1	0,33%
Santa Maria	1	0,33%
Paraná	4	1,33%
Londrina	2	0,67%
Curitiba	1	0,33%
Ponta Grossa	1	0,33%
Pará	3	
Belém	1	0,33%
Não responderam	1	0,33%
Parauapebas	1	0,33%
Mato Grosso	3	1,00%
Cuiabá	2	0,67%
Várzea Grande	1	0,33%
Rondônia	3	1,00%
Guajará-Mirim	1	0,33%

Vilhena	1	0,33%
Vilhena	1	0,33%
Roraima	2	0,67%
Boa Vista	2	0,67%
Mato Grosso do Sul	2	0,67%
Campo Grande	2	0,67%
Índia	1	0,33%
Índia	1	0,33%
Bahia	1	0,33%
Serra do Ramalho	1	0,33%
Maranhão	1	0,33%
São Luís	1	0,33%
Peru	1	0,33%
Lima	1	0,33%
Amapá	1	0,33%
Manaus	1	0,33%
Espírito Santo	1	0,33%
Vitória	1	0,33%
Dublin	1	0,33%
Irlanda	1	0,33%
Total	300	100%

Tabela 5: Gênero.

	Respondentes	%
Feminino	182	60,67%
Masculino	118	39,33%
Total	300	100,00%

Gráfico 1: Gênero.

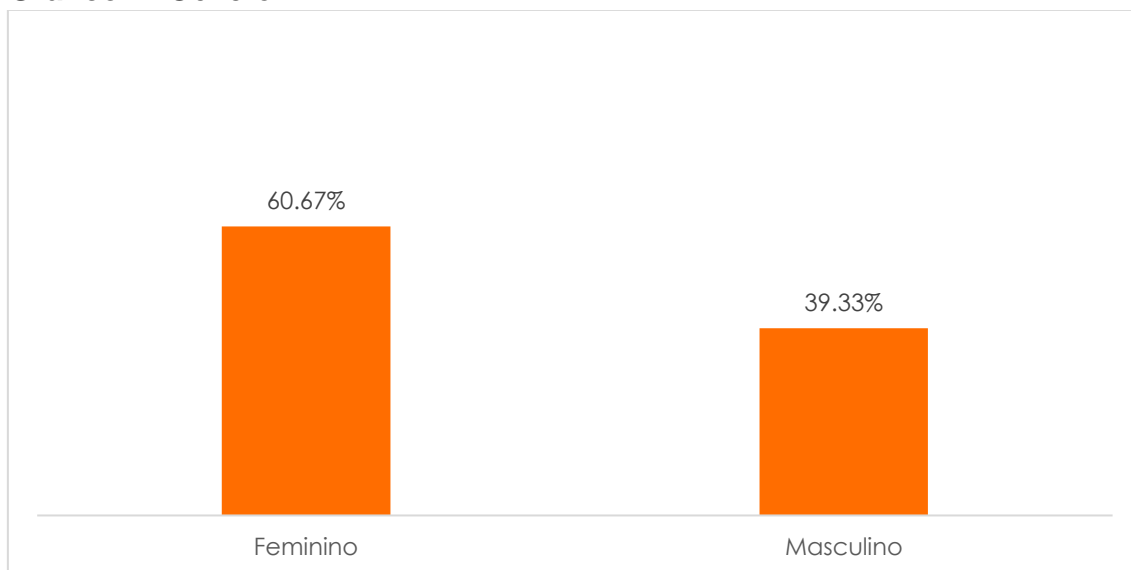


Tabela 6: Faixa etária.

	Respondentes	%
Até 20 anos	14	4,67%
De 21 a 30 anos	37	12,33%
De 31 a 40 anos	55	18,33%
De 41 a 50 anos	73	24,33%
De 51 a 60 anos	54	18,00%
Mais de 60 anos	67	22,33%
Total	300	100,00%
Média	45,8 anos	

Gráfico 2: Faixa etária.

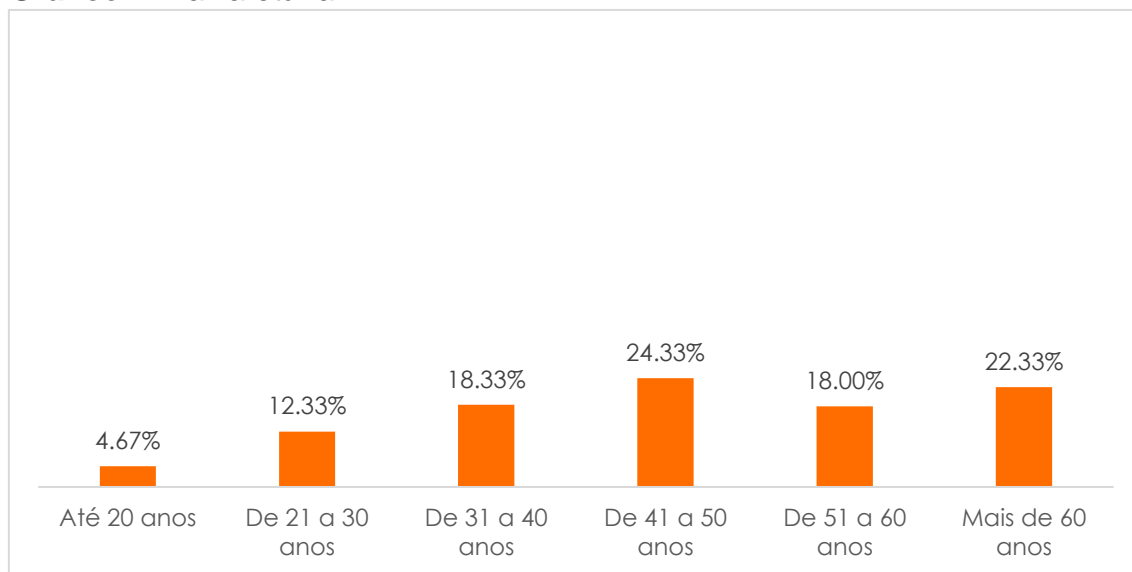


Tabela 7: Escolaridade.

	Respondentes	%
Ensino Fundamental Incompleto	1	0,34%
Ensino Fundamental Completo	15	5,07%
Ensino Médio Incompleto	28	9,46%
Ensino Médio Completo	94	31,42%
Ensino Técnico	2	0,68%
Ensino Superior Incompleto	11	3,72%
Ensino Superior Completo	105	34,80%
Pós-graduação	44	14,53%
Total	300	100,00%

Gráfico 3: Escolaridade.

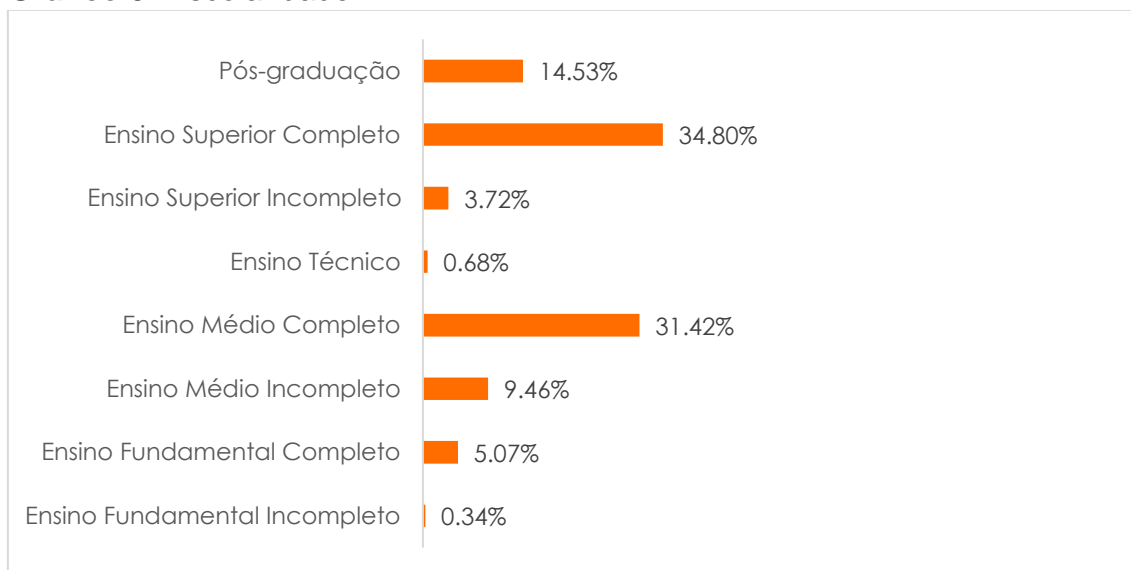


Tabela 8: Renda mensal familiar.

	Respondentes	%
Até 1 salário mínimo	19	6,33%
Mais de 1 a 3 salários mínimos	76	25,33%
Mais de 3 a 5 salários mínimos	78	26,00%
Mais de 5 a 10 salários mínimos	51	17,00%
Acima de 10 salários mínimos	19	6,33%
Prefiro não informar	31	10,33%
Não responderam	26	8,67%
Total	300	100,00%
Média	R\$ 6.355,64	

Gráfico 4: Renda mensal individual.

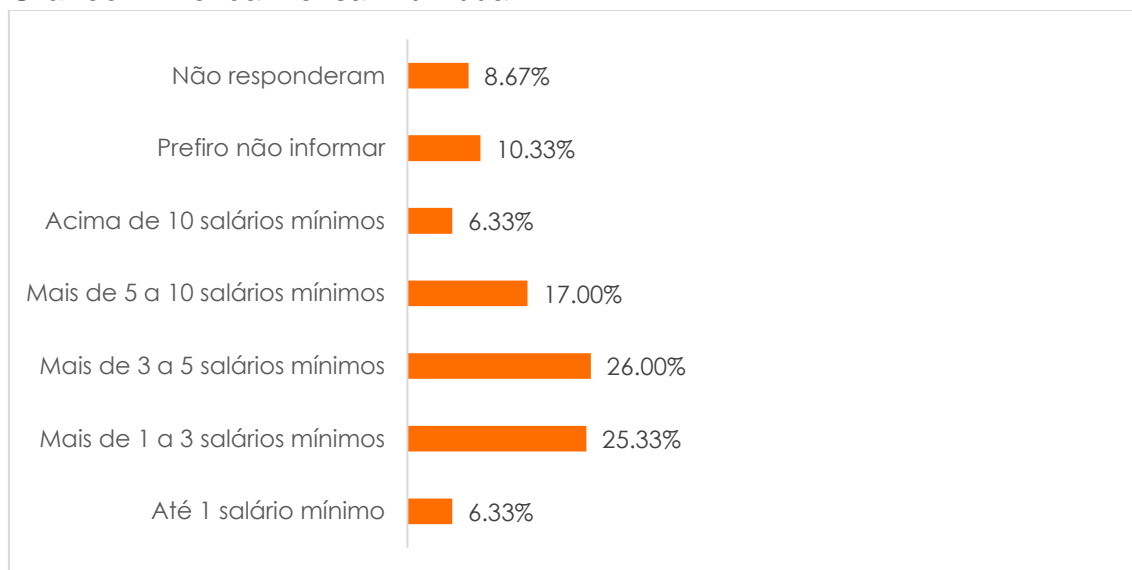


Tabela 9: Característica do grupo.

	Respondentes	%
Grupo familiar	198	66,00%
Grupo de amigos	43	14,33%
Sozinho	30	10,00%
Casal	22	7,33%
Excursão	4	1,33%
Grupo de trabalho	2	0,67%
Grupo de turismo	1	0,33%
Total	300	100,00%

Gráfico 5: Característica do grupo.

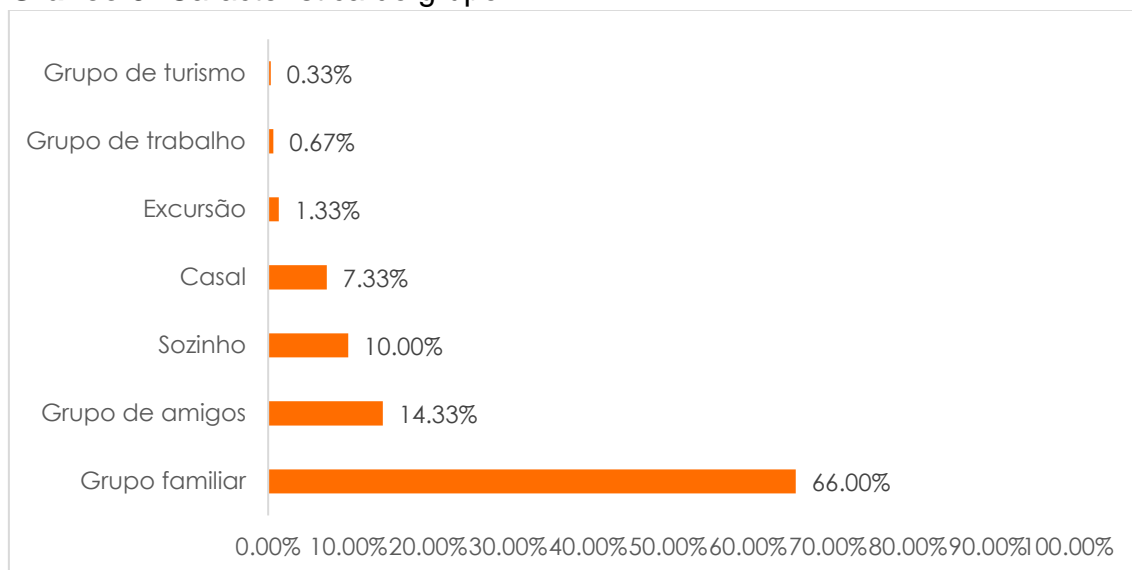


Tabela 10: Tamanho do grupo.

	Respondentes	%
1 pessoa	18	6,00%
2 a 4 pessoas	143	47,67%
5 a 7 pessoas	55	18,33%
8 a 10 pessoas	18	6,00%
11 a 20 pessoas	9	3,00%
21 a 40 pessoas	10	3,33%
41 a 60 pessoas	7	2,33%
Mais de 60 pessoas	2	0,67%
Não responderam	38	12,67%
Total	300	100,00%
Média	7 pessoas	

Gráfico 6: Tamanho do grupo.

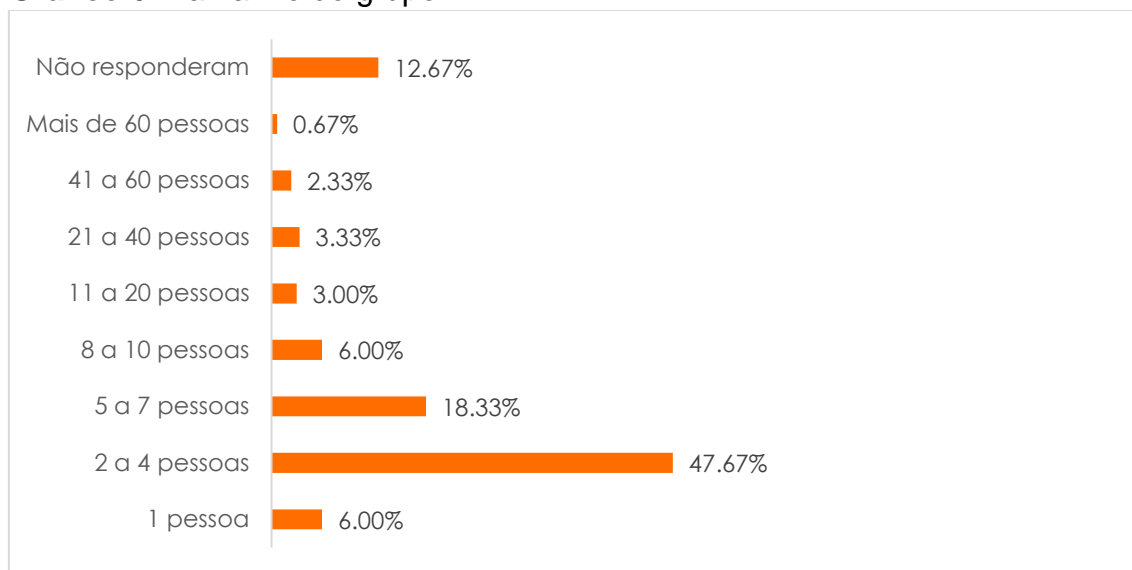


Tabela 11: Meio de hospedagem.

	Respondentes	%
Hotel	221	73,67%
Casa de amigos e parentes	37	12,33%
Airbnb	11	3,67%
Casa/Apartamento próprio	7	2,33%
Bate e volta	3	1,00%
Pousada	3	1,00%
Casa alugada	1	0,33%
Camping	1	0,33%
Casa de apoio	1	0,33%
Não responderam	15	5,00%
Total	300	100,00%

Gráfico 7: Meio de hospedagem.

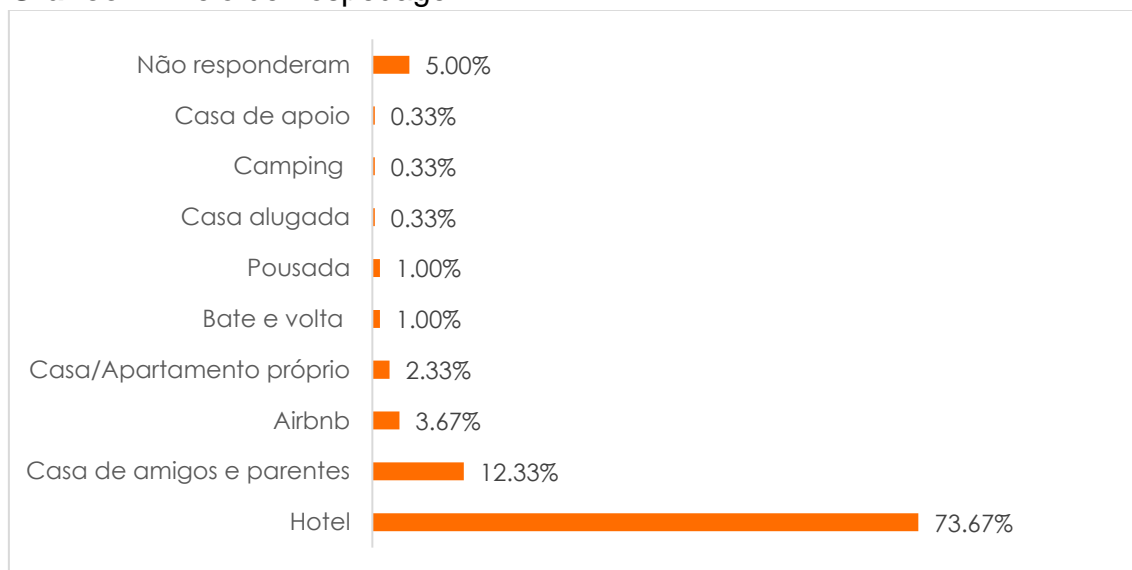


Tabela 12: Principais motivos da viagem a Caldas Novas.

	Ocorrências	%
Lazer (Relaxamento, Piscinas Termais)	276	92,00%
Visitar familiares/amigos	34	11,33%
Natureza/Ecoturismo	21	7,00%
Eventos (Shows, congresso, feiras)	6	2,00%
Trabalho	7	2,33%
Missão Religiosa	1	0,33%
Não responderam	2	0,67%

Observação: as porcentagens representam a quantidade de ocorrências da opção nas respostas dos respondentes, que poderiam escolher mais de uma opção.

Tabela 13: Vezes que os respondentes visitaram Caldas Novas.

	Respondentes	%
Primeira vez	85	28,33%
1 a 3 vezes	72	24,00%
4 a 6 vezes	53	17,67%
7 a 10 vezes	18	6,00%
Mais de 10 vezes	72	24,00%
Total	300	100,00%

Gráfico 8: Vezes que os respondentes visitaram Caldas Novas.

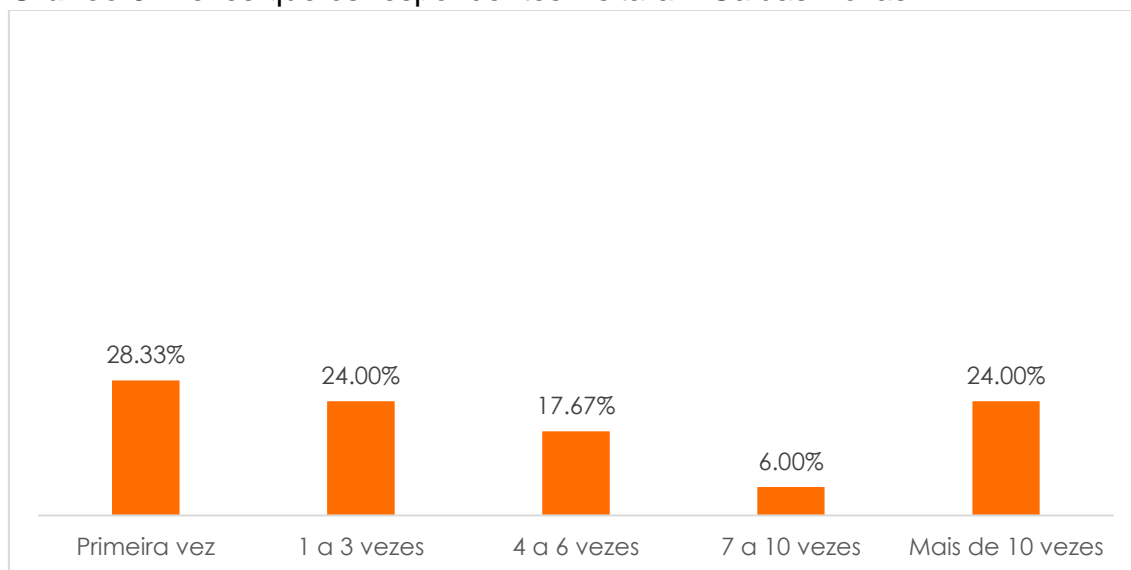


Tabela 14: Gasto médio diário estimado por pessoa durante a estadia em Caldas Novas.

	Respondentes	%
Até R\$ 100,00	38	12,67%
De R\$ 100,01 até R\$ 200,00	83	27,67%
De R\$ 200,01 até R\$ 300,01	41	13,67%
De R\$ 300,01 até R\$ 400,00	23	7,67%
De R\$ 400,01 até R\$ 500,00	38	12,67%
De R\$ 500,01 até R\$ 600,00	3	1,00%
De R\$ 600,01 até R\$ 1.000,00	25	8,33%
De R\$ 1.000,01 até R\$ 1.500,00	11	3,67%
De R\$ 1.500,01 até R\$ 2.000,00	7	2,33%
Mais de R\$ 2.000,00	3	1,00%
Não responderam	28	9,33%
Total	300	100,00%
Média	R\$ 451,40	

Gráfico 9: Gasto médio diário estimado por pessoa durante a estadia em Caldas Novas.

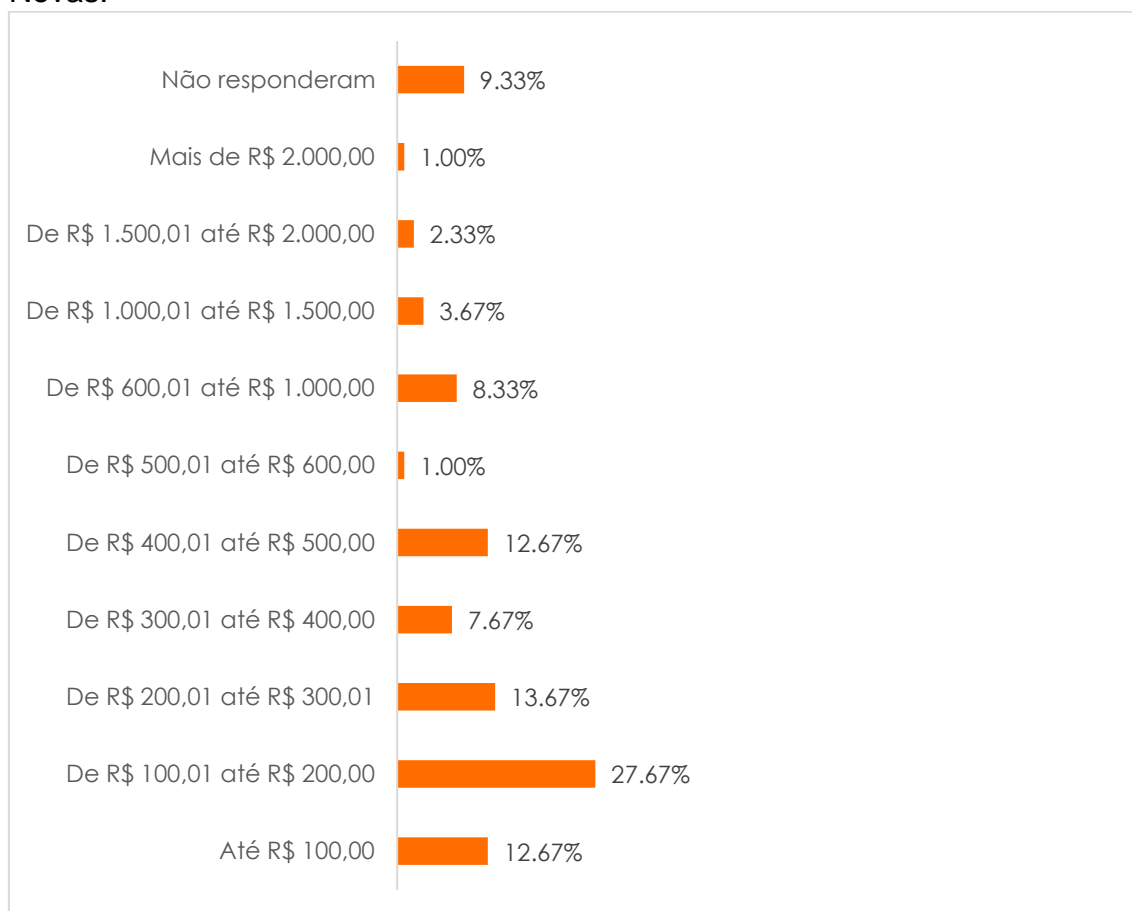


Tabela 15: Canal utilizado para buscar informações e para planejar a viagem a Caldas Novas.

	Ocorrências	%
Amigos / familiares	131	43,67%
Redes sociais	72	24,00%
Sites de reservas de hotéis/pacotes	39	13,00%
Agências de viagem	37	12,33%
Meios de comunicação tradicionais	19	6,33%
Por conta própria	7	2,33%
Já conhecia	3	1,00%
Trabalho	1	0,33%
Não responderam	5	1,67%

Observação: as porcentagens representam a quantidade de ocorrências da opção nas respostas dos respondentes, que poderiam escolher mais de uma opção.

Tabela 16: Tipos de produtos e serviços consumidos em Caldas Novas.

	Ocorrências	%
Alimentos e bebidas	255	85,00%
Passeios turísticos	154	51,33%
Roupas / Acessórios	101	33,67%
Shows / Eventos	16	5,33%
Serviços de SPA	2	0,67%
Produtos típicos	1	0,33%
Brinquedos	1	0,33%
Não responderam	21	7,00%

Observação: as porcentagens representam a quantidade de ocorrências da opção nas respostas dos respondentes, que poderiam escolher mais de uma opção.

Tabela 17: Tipos de experiências buscadas em Caldas Novas.

	Ocorrências	%
Relaxamento e descanso	226	75,33%
Diversão e entretenimento (parques)	212	70,67%
Contato com a natureza	49	16,33%
Compras	31	10,33%
Trabalho	5	1,67%
Família	1	0,33%
Show	1	0,33%
Não responderam	3	1,00%

Observação: as porcentagens representam a quantidade de ocorrências da opção nas respostas dos respondentes, que poderiam escolher mais de uma opção.

Tabela 18: Já ouviu falar na "Rota Além das águas" em Caldas Novas?

	Respondentes	%
Não	264	88,00%
Sim	24	8,00%
Não responderam	12	4,00%
Total	300	100,00%

Gráfico 10: Já ouviu falar na "Rota Além das águas" em Caldas Novas?

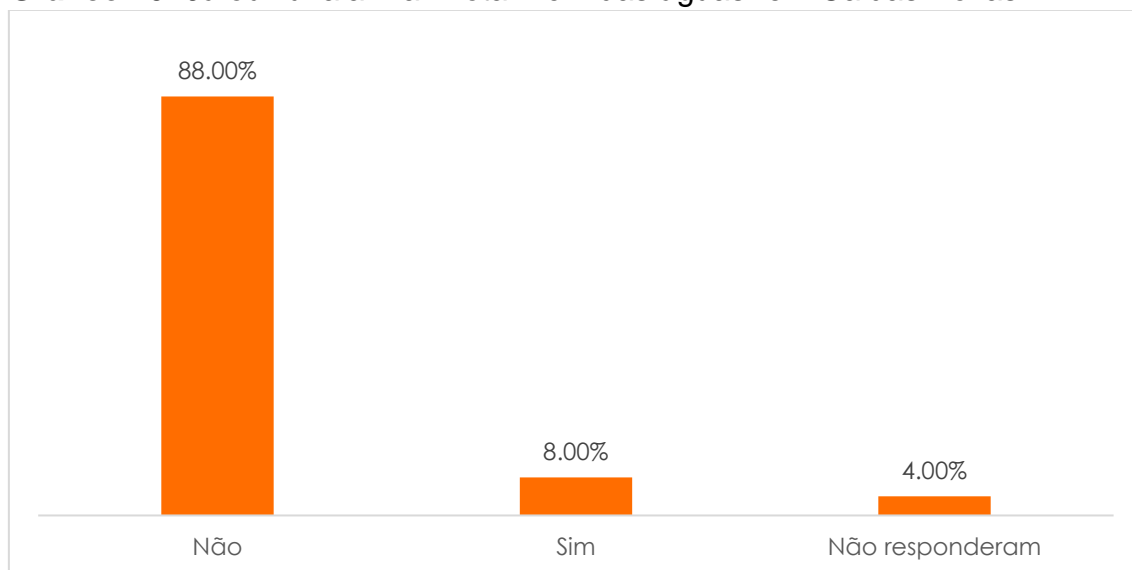


Tabela 19: Qual o nível de conhecimento sobre os produtos/experiências oferecidos pela Rota Além das águas?

	Respondentes	%
Nenhum conhecimento	256	85,33%
Pouco conhecimento	33	11,00%
Conhecimento médio	6	2,00%
Bom conhecimento	1	0,33%
Conhecimento excelente	1	0,33%
Não responderam	3	1,00%
Total	300	100,00%

Gráfico 11: Qual o nível de conhecimento sobre os produtos/experiências oferecidos pela Rota Além das águas?

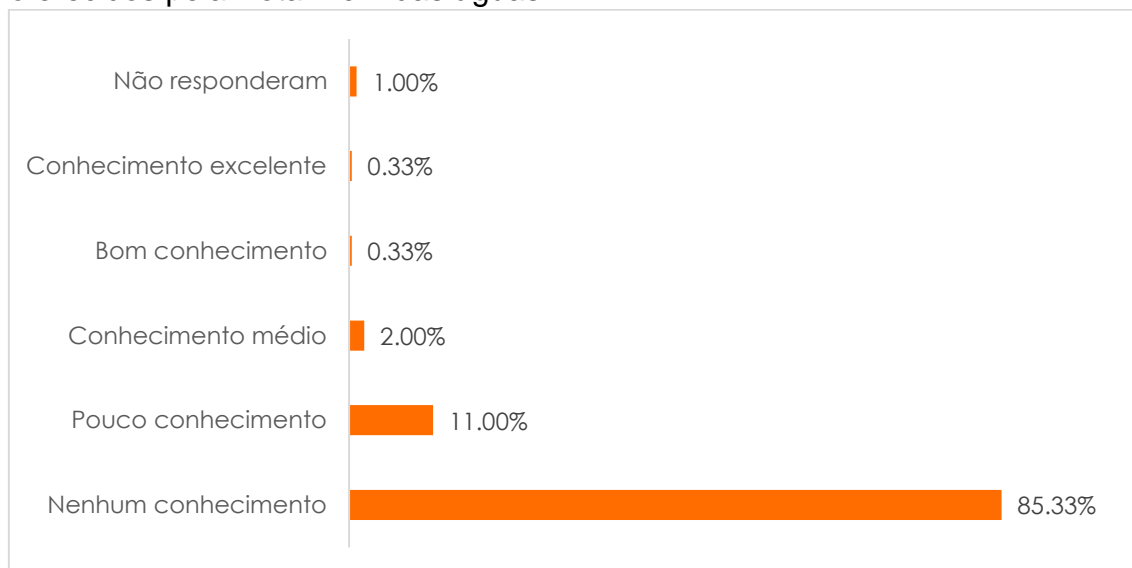


Tabela 20: Você teria interesse em conhecer mais sobre os produtos e experiências da Rota Além das águas (Ex.: chocolates, doces, cachaças, vinhos, sucos artesanais, pizzaria temática, museu, artesanato, eventos ruins e locais)?

	Respondentes	%
Muito interesse	128	42,67%
Algum interesse	70	23,33%
Pouco interesse	38	12,67%
Não tenho interesse	36	12,00%
Talvez	17	5,67%
Não responderam	11	3,67%
Total	300	100,00%

Gráfico 12: Você teria interesse em conhecer mais sobre os produtos e experiências da Rota Além das águas (Ex.: chocolates, doces, cachaças, vinhos, sucos artesanais, pizzaria temática, museu, artesanato, eventos rurais e locais)?

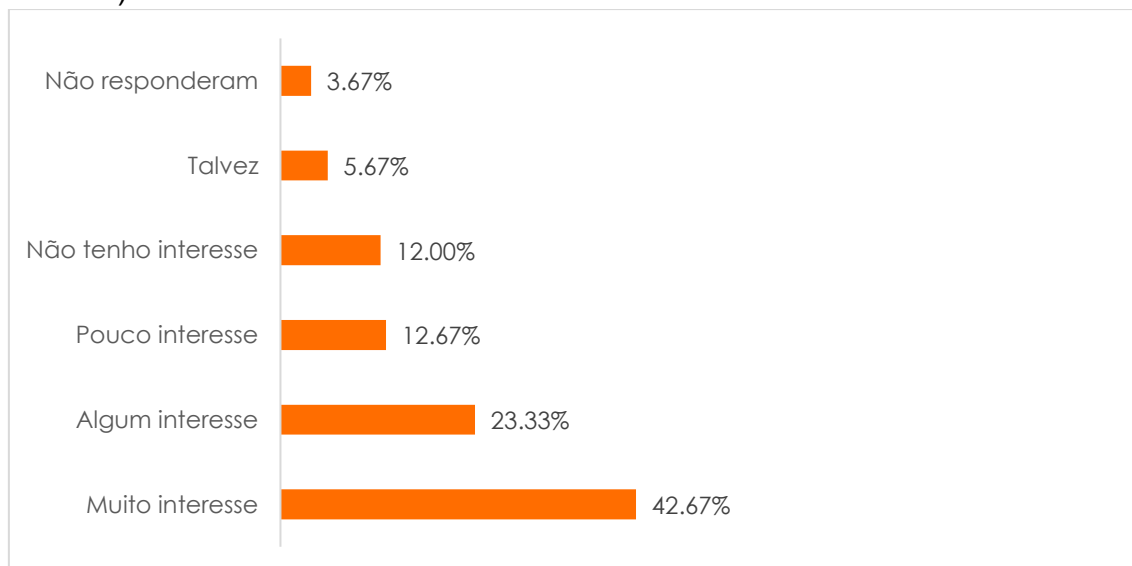


Tabela 21: Você teria interesse em participar experiências culturais, gastronômicas ou de vivência local da Rota Além das águas (Ex, visitas a fazendas, oficinas de artesanato, eventos rurais e locais)?

	Respondentes	%
Muito interesse	127	42,33%
Algum interesse	78	26,00%
Pouco interesse	38	12,67%
Não tenho interesse	35	11,67%
Talvez	13	4,33%
Não responderam	9	3,00%
Total	300	100,00%

Gráfico 13: Você teria interesse em participar experiências culturais, gastronômicas ou de vivência local da Rota Além das águas (Ex, visitas a fazendas, oficinas de artesanato, eventos rurais e locais)?

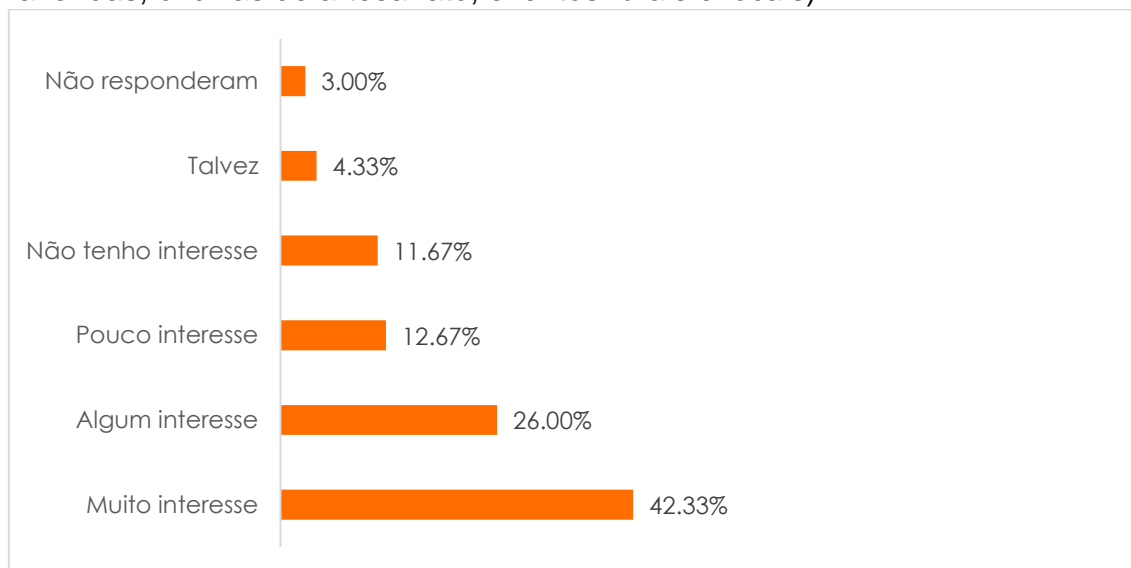


Tabela 22: O que poderia ser melhorado na experiência turística em Caldas Novas?

	Respondentes	%
Tudo ótimo	38	12,67%
Estacionamentos precisam melhorar	8	2,67%
Abaixar os preços	7	2,33%
Gosta de tudo	7	2,33%
Transporte público	5	1,67%
Serviços de saúde	5	1,67%
Melhorar a pavimentação das vias	5	1,67%
Melhorar o transporte dentro da cidade, uber, táxi, ônibus	4	1,33%
Trânsito	4	1,33%
Divulgações dos locais turísticos	3	1,00%
Preços mais acessíveis	3	1,00%
Mais informações sobre os pontos turísticos	3	1,00%
Falta um shopping grande	2	0,67%
Melhorar o atendimento ao público em geral	2	0,67%
Infraestrutura	2	0,67%
Valores abusivos	2	0,67%
Esgoto da cidade	1	0,33%
Ampliar a rodoviária	1	0,33%
Melhorar a estrutura e acesso a rodoviária	1	0,33%
Restaurantes fecham cedo	1	0,33%
Parques mais acessíveis	1	0,33%
Hospitais, pavimentação das vias e preços dos clubes	1	0,33%
Ter mais divulgação	1	0,33%

Iluminação e lixeiras públicas	1	0,33%
Melhorar as rodovias para chegar em Caldas, do Rio Paranaíba até Caldas	1	0,33%
Mais segurança	1	0,33%
Os hotéis devem divulgar melhor a oferta turística da cidade	1	0,33%
Mais horários de ônibus	1	0,33%
Transito	1	0,33%
Cuidar do córrego	1	0,33%
Organização da cidade	1	0,33%
Não cobrar estacionamento	1	0,33%
Melhorar o acesso as informações nos estabelecimentos	1	0,33%
Melhoria nas empresas de ônibus, atrasa mais a menos 1 hora no ônibus	1	0,33%
Mais informações sobre a cidade	1	0,33%
Muitos vendedores nas ruas	1	0,33%
Atendimento dos hotéis	1	0,33%
Muitas filas	1	0,33%
Filas para carregar cartão no hotéis	1	0,33%
Falta atenção com os turista e informação	1	0,33%
Restaurantes mais ágeis	1	0,33%
Mais informações para o turista	1	0,33%
Pagamento de diárias em dinheiro nos hotéis	1	0,33%
Menos abordagem de vendas de lotes e parques aquáticos e apartamentos insistência nas vendas.	1	0,33%
Banheiros da rodoviária	1	0,33%
Horários mais amplos nos clubes	1	0,33%
Falta estrutura e acessibilidade	1	0,33%
Mais opções de divertimentos para as crianças	1	0,33%
Turismo para a terceira idade	1	0,33%
Mais ubers e ônibus na cidade	1	0,33%
Cuidado com a água das piscinas	1	0,33%
Melhor divulgação em outros estados	1	0,33%
Interprete de libras no setores comercias	1	0,33%
Não responderam	163	54,33%
Total	300	100,00 %

Nuvem de Palavras (Sugestões)



Instrumento de Pesquisa

Perfil do Visitante de Caldas Novas e o Interesse nas Experiências Além das Águas

Pesquisador: _____ Data da pesquisa: _____

1: Gênero:

- ☐ Feminino
☐ Masculino
☐ Prefiro não informar

2: Qual a sua idade? _____

3: Qual o seu nível de escolaridade?

- ☐ Ensino Fundamental Completo
☐ Ensino Médio Incompleto
☐ Ensino Médio Completo
☐ Ensino Superior Completo
☐ Pós-graduação
☐ Outro _____

4: Qual a faixa de sua renda familiar mensal?

- ☐ Até 1 salário mínimo
☐ Mais de 1 a 3 salários mínimos
☐ Mais de 3 a 5 salários mínimos
☐ Mais de 5 a 10 salários mínimos
☐ Acima de 10 salários mínimos
☐ Prefiro não informar

5: Cidade onde reside?

- ☐ Goiânia ☐ Brasília ☐ Catalão ☐ Anápolis
☐ Outra: _____

6: Estado: ☐ GO ☐ DF ☐ Outro: _____

7: Características do grupo

- ☐ Sozinho ☐ Grupo de amigos ☐ Grupo Familiar
☐ Casal ☐ Outros: _____

8: Tamanho do Grupo: _____

9: Qual é o meio de hospedagem no Destino?

- ☐ Hotel ☐ Airbnb ☐ Casa de amigos e parentes
☐ Outros: _____

10: Qual o principal motivo da sua viagem a Caldas Novas? (Pode marcar mais de uma opção)

- ☐ Lazer (relaxamento, piscinas termais)
☐ Visitar familiares/amigos
☐ Eventos (shows, congressos, feiras)
☐ Natureza/Ecoturismo
☐ Outro _____

11: Quantas vezes já veio a Caldas Novas? _____

12: Qual o gasto médio diário estimado por pessoa durante sua estadia em Caldas Novas?

13: Por qual canal você mais buscou informações para planejar sua viagem a Caldas Novas?

- ☐ Redes sociais ☐ Sites/Blogs
☐ amigos/familiares
☐ Agências de viagem
☐ Sites de reservas de hotéis/pacotes
☐ Meios de comunicação tradicionais
☐ Outro _____

14: Quais tipos de produtos/serviços você adquiriu ou consumiu em Caldas Novas? (

- ☐ Alimentação e bebidas ☐ Roupas/Acessórios
☐ Passeios turísticos ☐ Serviços de spa/massagem
☐ Shows/Eventos ☐ Outro _____

15: Quais tipos de experiências você buscou em Caldas Novas?

- ☐ Relaxamento e descanso
☐ Diversão e entretenimento (parques aquáticos)
☐ Contato com a natureza
☐ Compras
☐ Outro _____

16: Você já ouviu falar na “Rota Além das Águas” em Caldas Novas?

- ☐ Sim ☐ Não

17: Qual seu nível de conhecimento sobre os produtos/experiências oferecidos pela Rota Além das Águas?

- ☐ Nenhum conhecimento ☐ Pouco conhecimento
☐ Conhecimento médio ☐ Bom conhecimento
☐ Conhecimento excelente

18: Você teria interesse em conhecer mais sobre os produtos e experiências da Rota Além das Águas (EX, chocolates, doces, cachaças, vinhos, sucos artesanais, pizzaria temática, museu, artesanato, eventos rurais e locais)?

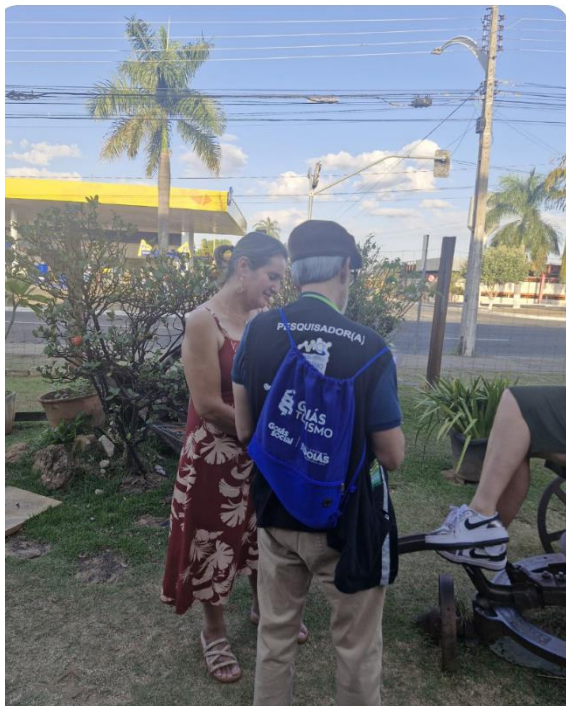
- ☐ Não tenho interesse ☐ Pouco interesse
☐ Talvez ☐ Algum interesse ☐ Muito interesse

19: Qual seu interesse em participar de experiências culturais, gastronômicas ou de vivência local (EX, visitas a fazendas, oficinas de artesanato, festas tradicionais)?

- ☐ Não tenho interesse ☐ Pouco interesse
☐ Talvez ☐ Algum interesse ☐ Muito interesse

Em sua opinião, o que poderia ser melhorado na experiência turística em Caldas Novas?

Fotos



60,67% dos respondentes são do gênero feminino e **39,33%** masculino;

1

2

A média de idade dos respondentes é de **45,8 anos**;

41,67% dos participantes são de Minas Gerais e **26,67%** de Goiás;

3

4

Os grupos entrevistados são majoritariamente **familiares**, correspondendo a **66,00%** dos respostas;

O tamanho médio dos grupos é de **7 pessoas**;

5

6

Hotel foi o principal meio de hospedagem relatado, correspondendo a **73,67%**;

Lazer (Relaxamento, Piscinas Termais) foi o motivo mais relato como motivo para a viagem a Caldas Novas, sendo mencionado por **92,00%** dos respondentes;

7

8

Amigos/familiares foi o canal mais utilizado para buscar informações para planejar a viagem a Caldas Novas, sendo mencionado por **43,67%** dos respondentes;

Relaxamento e descanso foi mencionado como a experiência mais buscado pelos turista, sendo mencionado por **75,33%** dos respondentes;

9

10

8,00% dos respondentes conhecem a "**Rota Além das Águas**" em Caldas Novas;

66,00% dos respondentes possuem muito interesse ou algum interesse em conhecer **os produtos e experiências** da "Rota Além das águas" em Caldas Novas;

11

12

68,33% dos respondentes possuem muito interesse ou algum interesse em **participar de experiências culturais, gastronômicas ou de vivência local** da "Rota Além das águas".