

GOIÁS

LINDO DEMAIS!

CONHEÇA O CORAÇÃO DO BRASIL!

PESQUISA

- VIII BAR EM BAR 2014 -

abrasel
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA
DE BARES E RESTAURANTES

iptur
DIRETORIA DE PESSOAS TURÍSTICAS DO ESTADO DE GOIÁS
GOIÁS

GOIÁS
TURISMO
AGÊNCIA ESTADUAL DE TURISMO

GOVERNO DE
GOIÁS

GOIÂNIA
CONVENTION & VISITORS BUREAU

GOVERNO ESTADUAL

Marconi Ferreira Perillo Júnior
Governador do Estado de Goiás

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

AGÊNCIA ESTADUAL DE TURISMO – GOIÁS TURISMO

Leandro Marcel Garcia
Presidente

Maria Cristina Alves Pereira
Chefe de Gabinete

José Adriano Donzelli
Diretor de Gestão Planejamento e Finanças

Sandra Mendez Soares
Diretor de Desenvolvimento Turístico

DIRETORIA DE PESQUISAS TURÍSTICAS

Frederico Soares Costa
Diretor

Marcos Martins Borges
Gerente

Equipe Técnica
Giovanna Adriana Tavares Gomes
Leonardo Martins Jácomo
Luciane do Carmo Stival
Lyvia Karla de Paiva Orcino
Sandra Vital de Melo Teixeira

Estagiários
Dhiogo Pimentel Toledo
Laíne Fernandes Cruz
Rafael de Araújo Rosa
Rosiene Francisco dos Santos

Capa
Bruno Roberto Ribeiro

1. APRESENTAÇÃO

Goiás Turismo

A 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 nos mercados estadual e nacional e promovê-los internacionalmente.

Diretoria de Pesquisa

A equipe técnica da Diretoria de Pesquisas Turísticas é formada por um Diretor, um Gerente de Pesquisa e 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.observatoriodoturismo.tur.br).

Abrasel Goiás

Fundada em 2004, a Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel) tem como missão institucional construir um ambiente empresarial favorável ao desenvolvimento do setor de alimentação fora do lar. Hoje reconhecida como de utilidade pública, a entidade comemora 10 anos à frente de diversas ações que têm contribuído para a profissionalização e a qualificação das empresas e empresários e para o fortalecimento do turismo de negócios, cultural e gastronômico no Estado de Goiás, comprovados com o crescente número de empresas em atuação, cerca de mais de 20 mil, somente na região metropolitana de Goiânia.

Festival Bar em Bar

O Festival acontece simultaneamente em todo o país e visa promover a cultura e lazer, por meio da gastronomia. O evento incentiva as casas participantes a criarem petiscos exclusivos para o Bar em Bar, e que são vendidos a preços promocionais. Em Goiás, o festival celebrou a sua 8ª edição, e contou com a participação de 32 bares e restaurantes, de Goiânia e Pirenópolis.

Convention Bureau Goiânia

O Goiânia Convention & Visitors Bureau é uma fundação sem fins lucrativos, mantida pela iniciativa privada. A Fundação tem por objetivo básico e permanente, estimular e incrementar o fluxo turístico de qualquer natureza, bem como a realização de congressos e eventos, nacionais e internacionais, para a cidade de Goiânia, e em todo o Estado de Goiás.

2. METODOLOGIA

Visando identificar a opinião dos clientes dos restaurantes parceiros do XIII Bar em Bar, a Diretoria de Pesquisas Turísticas da Goiás Turismo, em parceria com Goiânia Convention & Visitors Bureau, Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel) e os restaurantes participantes do festival, realizou, nos dias 24 e 30 de novembro de 2014, pesquisa com os clientes dos restaurantes participantes.

A pesquisa foi realizada nos próprios restaurantes por meio da entrega de um formulário elaborado pela DPES aos clientes que consumiram os pratos do festival nos restaurantes participantes do festival (ANEXO 1). O formulário continha uma série de perguntas fechadas e abertas que possibilitaram aos clientes a avaliação de diversas características do prato servido, das bebidas e do restaurante.

Os formulários eram entregues aos clientes após o consumo do prato do festival, respondidos e devolvidos aos gestores dos restaurantes. Foram posteriormente encaminhados para a DPES que fez o tratamento e análise dos dados utilizando o sistema de formulários do Google Drive e o Excel para gerar este relatório.

3. DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS

Este relatório apresenta dos dados consolidados dos questionários respondidos nos restaurantes participantes, sendo, portanto com uma análise global da opinião dos clientes sobre os serviços prestados pelos restaurantes.

Avaliações

Tabela 1: Avaliação do Prato

	Muito Bom	Bom	Razoável	Ruim	Muito Ruim	Media
Apresentação do prato	81,0%	17,4%	0,0%	1,6%	0,0%	4,78
Originalidade da receita	57,4%	33,3%	7,4%	1,9%	0,0%	4,46
Sabor	70,4%	22,2%	5,6%	0,0%	1,9%	4,59
Preço	53,7%	27,8%	11,1%	1,9%	0,0%	4,17
TOTAL GERAL						4,50

Tabela 2: Avaliação das Bebidas.

	Muito Bom	Bom	Razoável	Ruim	Muito Ruim	Media
Drinks	55,6%	22,2%	1,9%	0,0%	0,0%	3,72
Vinhos	42,6%	29,6%	3,7%	0,0%	0,0%	3,43
Cerveja	74,1%	11,1%	5,6%	0,0%	1,9%	4,33
Temperatura das bebidas	74,1%	13,0%	3,7%	0,0%	1,9%	4,35
Preço	44,4%	38,9%	11,1%	1,9%	0,0%	4,15
TOTAL GERAL						4,00

Tabela 3: Avaliação do Restaurante.

	Muito Bom	Bom	Razoável	Ruim	Muito Ruim	Media
Atendimento	43,8%	47,9%	4,2%	2,1%	2,1%	4,29
Higiene do Local	37,5%	54,2%	2,1%	4,2%	2,1%	4,21
Ambiente	37,5%	56,3%	0,0%	4,2%	2,1%	4,23
Sanitários	33,3%	60,4%	0,0%	4,2%	2,1%	4,19
TOTAL GERAL						4,23

Tabela 4: Avaliação do Evento.

	Muito Bom	Bom	Razoável	Ruim	Muito Ruim	Media
Pratos do Evento	70,2%	27,7%	2,1%	0,0%	0,0%	4,68
Data do Evento	44,7%	44,7%	10,6%	0,0%	0,0%	4,34
Divulgação do Evento	38,3%	25,5%	31,9%	4,3%	0,0%	3,98
Avaliação Geral	44,7%	42,6%	12,8%	0,0%	0,0%	4,32
TOTAL GERAL						4,33

Avaliação da Infraestrutura.

	Muito Bom	Bom	Razoável	Ruim	Muito Ruim	Media
Sinalização Turística	14,9%	34,0%	21,3%	19,1%	10,6%	3,23
Serviços de Taxis	17,0%	25,5%	31,9%	19,1%	6,4%	3,28
Informações Turísticas	12,8%	14,9%	25,5%	36,2%	10,6%	2,83
Segurança Pública	10,6%	19,1%	29,8%	17,0%	23,4%	2,77
TOTAL GERAL						3,03

ANEXO 1
Formulário de Pesquisa com Clientes dos Restaurantes