

RÉVEILLON

GOIANIA 2017

Relatório de Pesquisa de Demanda, Perfil e Satisfação dos Participantes (Turista e Turista Cidadão) do Réveillon Goiânia 2017



GOVERNO ESTADUAL

Marconi Ferreira Perillo Júnior
Governador do Estado de Goiás

José Eliton de Figueiredo 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

DIRETORIA DE DESENVOLVIMENTO DE PESQUISAS TURÍSTICAS E EVENTOS

Roque Melo
Diretor de Desenvolvimento, Pesquisa Turística e Eventos

João Bittencourt Lino
Gerente de Projetos, Pesquisa e Produtos Turísticos.

Giovanna Adriana Tavares Gomes
Coordenadora do Observatório do Turismo – IPTUR

Equipe Técnica
Giovanna Adriana Tavares Gomes
Rafael de Araújo Rosa

Estagiários
Bruna de Freitas
Carlos Henrique Pereira de Freitas

Coordenador de Pesquisa de Campo
Giovanna Adriana Tavares Gomes

Pesquisadores
Brayan Gomes Silva
Fabia Raiane Santos Lopes
Giovanna Adriana Tavares Gomes
Luciana Furquim

Relatório Técnico
Giovanna Adriana Tavares Gomes
Rafael de Araújo Rosa
Victoria de Melo Leão
Danilo Moura

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 mercado estadual e nacional e promovê-los internacionalmente.

1.1 Diretoria de Desenvolvimento de Pesquisa Turística e Eventos

A equipe técnica da Diretoria de Desenvolvimento de Pesquisa Turística e Eventos é formada por um Diretor, um Gerente, técnicos especialistas em Turismo e Estatística e estagiários das áreas de economia e design. 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).

1.2 Réveillon 2017

O evento aconteceu no estacionamento do Serra Dourada e contou com apresentação de vários artistas, inclusive Gustavo Lima. As comemorações se iniciaram às 19h00 e a entrada foi é franca.

2 METODOLOGIA

2.1 Descrição da Pesquisa

Visando conhecer o perfil do público, sua avaliação e identificar o perfil de visitantes do festival, o Instituto Pesquisas Turísticas da Goiás Turismo, realizou a pesquisa, no dia 31 de Dezembro de 2016 no Estacionamento do Estádio Serra Dourada local que sediou o evento das 20h00 as 23h00. Os formulários foram aplicados utilizando-se o formato impresso com perguntas abertas e fechadas. Para a Tabulação foi utilizado o sistema de formulários do Google Drive. Os dados foram exportados para o Excel e analisados para gerar este relatório técnico. De acordo com a organização o público do evento foi de aproximadamente 50.000 pessoas. Foram entrevistados 110 participantes do Réveillon (amostra: 110 e 0,022% da população). De acordo com essa amostra temos um erro de 9,5% em relação a amostra (o erro ideal é de até 3%).

3 DESTAQUES DA PESQUISA

- 89,1% dos respondentes são do Estado de Goiás, com 60% da cidade de Goiânia.
- 51% dos respondentes são do sexo masculino.
- Média de idade dos respondentes: 31,3 anos de idade.
- Renda média dos respondentes: R\$ 1.760,90 reais.
- 56% dos respondentes estavam participando do réveillon pela primeira vez.
- 56,4% dos respondentes ficaram sabendo do evento por meio de Programas de TV e Radio.
- 41% dos respondentes tiveram como principal motivação o show do Gustavo Lima.
- 65,5% dos respondentes estavam em grupos familiares.
- 62,7% tiveram suas expectativas superadas ou atendidas plenamente.
- 91,8% dos respondentes recomendariam o evento para um amigo ou familiar.
- Media de gastos por pessoa e de R\$39,93.

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

Perfil do Entrevistado

Tabela 1: Estado de origem

| | Respondentes | % |
|--------------|--------------|---------------|
| GO | 98 | 89,1% |
| DF | 4 | 3,6% |
| PA | 3 | 2,7% |
| PI | 1 | 0,9% |
| PR | 1 | 0,9% |
| SP | 1 | 0,9% |
| BA | 1 | 0,9% |
| MA | 1 | 0,9% |
| Total | 110 | 100,0% |

Tabela 2: Cidade de origem

| | Respondentes | % |
|----------------------|--------------|---------------|
| Goiânia | 66 | 60,0% |
| Aparecida de Goiânia | 24 | 21,8% |
| Anápolis | 2 | 1,8% |
| Brasília | 2 | 1,8% |
| Senador Canedo | 2 | 1,8% |
| São Luís do Maranhão | 1 | 0,9% |
| Barueri | 1 | 0,9% |
| Porangatu | 1 | 0,9% |
| Ilhéus | 1 | 0,9% |
| Londrina | 1 | 0,9% |
| Trindade | 1 | 0,9% |
| Alexânia | 1 | 0,9% |
| Hidrolândia | 1 | 0,9% |
| Não Respondeu | 6 | 5,5% |
| Total | 110 | 100,0% |

Tabela 3: Sexo

| | Respondentes | % |
|---------------|--------------|---------------|
| Feminino | 53 | 48,2% |
| Masculino | 56 | 50,9% |
| Não Respondeu | 1 | 0,9% |
| Total | 110 | 100,0% |

Gráfico 1: Sexo

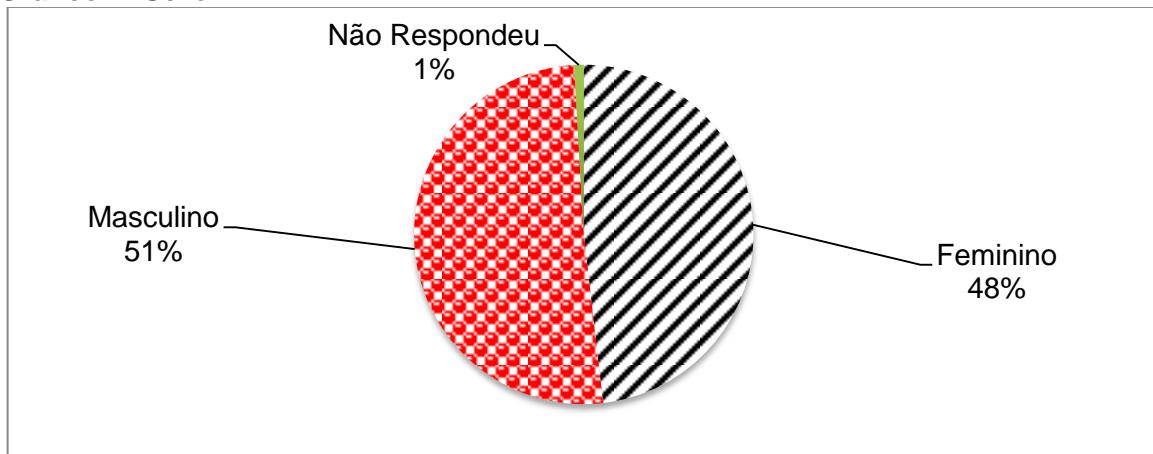


Tabela 4: Faixa etária dos respondentes

| | Entrevistados | % |
|--------------------|---------------|---------------|
| 18 a 24 anos | 47 | 42,7% |
| 25 a 31 anos | 18 | 16,4% |
| 32 a 40 anos | 19 | 17,3% |
| 41 a 50 anos | 16 | 14,5% |
| 51 a 59 anos | 5 | 4,5% |
| 60 anos ou + | 4 | 3,6% |
| Não Respondeu | 1 | 0,9% |
| Total Geral | 110 | 100,0% |
| Média Geral | 31,3 | |

Gráfico 2: Faixa etária dos respondentes

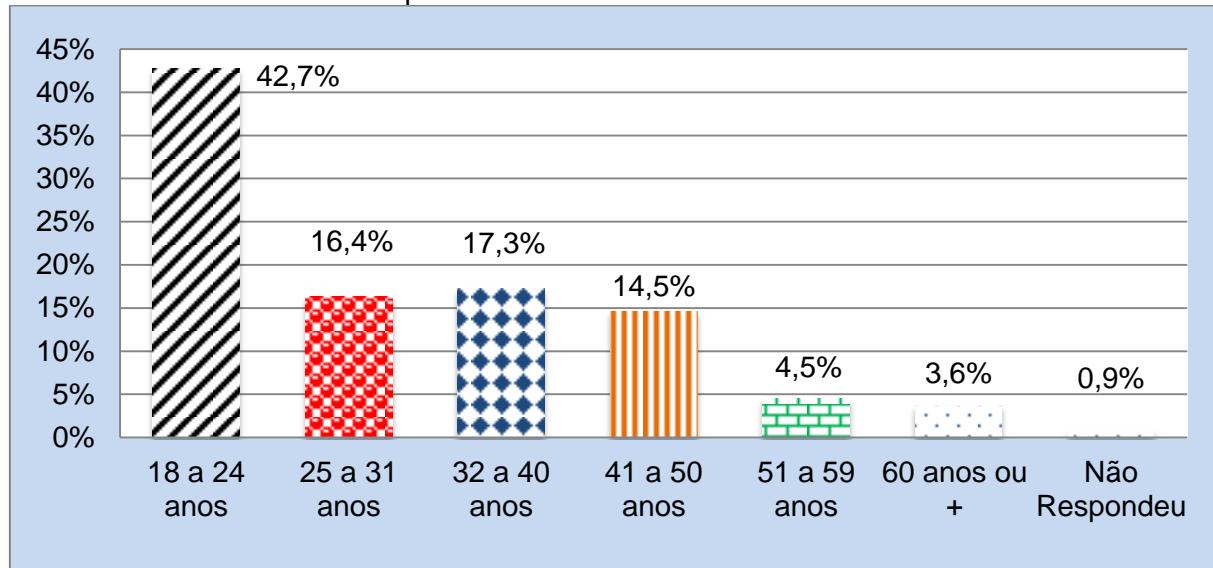


Tabela 5: Renda Mensal Individual

| | Respondentes | % |
|------------------------------|---------------------|---------------|
| Sem Renda | 7 | 6,4% |
| Até 2 Salários Mínimos | 38 | 34,5% |
| De 2 até 4 Salários Mínimos | 28 | 25,5% |
| De 4 até 6 Salários Mínimos | 6 | 5,5% |
| De 6 até 8 Salários Mínimos | 0 | 0,0% |
| De 8 até 10 Salários Mínimos | 1 | 0,9% |
| Mais de 10 Salários | 0 | 0,0% |
| Não Respondeu | 30 | 27,3% |
| Total Geral | 110 | 100,0% |
| Média Geral | R\$ 1.760,90 | |

Gráfico 3: Renda Mensal Individual

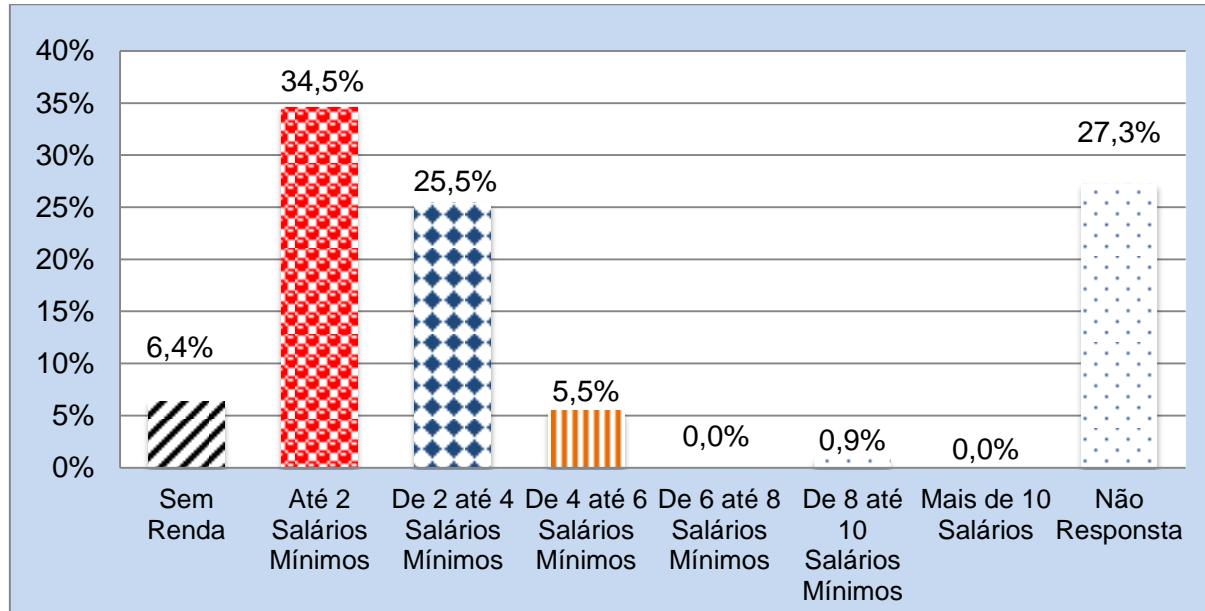


Tabela 6: Escolaridade

| | Respondentes | % |
|----------------------------|---------------------|---------------|
| Pós - Graduação | 9 | 8,2% |
| Superior Completo | 12 | 10,9% |
| Ensino Médio Completo | 61 | 55,5% |
| Até o Ensino Fundamental I | 26 | 23,6% |
| Não Respondeu | 2 | 1,8% |
| Total Geral | 110 | 100,0% |

Tabela 7: Profissão dos respondentes

| | Entrevistados | % |
|-------------------------|----------------------|----------|
| Estudante | 13 | 11,82% |
| Vendedor (a) | 10 | 9,09% |
| Aux. de Produção | 5 | 4,55% |
| Do Lar | 5 | 4,55% |
| Professor (a) | 5 | 4,55% |
| Ambulante | 3 | 2,73% |
| Atendente | 3 | 2,73% |
| Call Center | 3 | 2,73% |
| Manicure | 3 | 2,73% |
| Pintor | 3 | 2,73% |
| Autônomo (a) | 2 | 1,82% |
| Cozinheiro (a) | 2 | 1,82% |
| Domestica | 2 | 1,82% |
| Funcionário Público | 2 | 1,82% |
| Motorista | 2 | 1,82% |
| Pedreiro | 2 | 1,82% |
| Téc. em Agropecuária | 2 | 1,82% |
| Administração | 1 | 0,91% |
| Advogada | 1 | 0,91% |
| Aposentada | 1 | 0,91% |
| Armador | 1 | 0,91% |
| Aux. Administrativo | 2 | 1,82% |
| Aux. de Pedreiro | 1 | 0,91% |
| Aux. de Manipulação | 1 | 0,91% |
| Bancário | 1 | 0,91% |
| Bombeiro Civil | 1 | 0,91% |
| Carpinteiro | 1 | 0,91% |
| Comerciante | 1 | 0,91% |
| Coordenador de eventos | 1 | 0,91% |
| Corretor de Imóveis | 1 | 0,91% |
| Desempregado | 1 | 0,91% |
| Educador | 1 | 0,91% |
| Eletricista | 1 | 0,91% |
| Empresária | 1 | 0,91% |
| Encarregado de Obra | 1 | 0,91% |
| Engenheiro de Produção | 1 | 0,91% |
| Estagiário | 1 | 0,91% |
| Estilista | 1 | 0,91% |
| Garçonete | 1 | 0,91% |
| Gerente de Departamento | 1 | 0,91% |
| Marceneiro | 1 | 0,91% |
| Mecânico | 1 | 0,91% |
| Militar | 1 | 0,91% |

| | | |
|----------------------|------------|----------------|
| Modeliza | 1 | 0,91% |
| Monitor de Compras | 1 | 0,91% |
| Secretária | 1 | 0,91% |
| Secretaria Escolar | 1 | 0,91% |
| Servente de Pedreiro | 1 | 0,91% |
| Téc. de Maquinas | 1 | 0,91% |
| Téc. em Eletrônica | 1 | 0,91% |
| Téc. em Enfermagem | 1 | 0,91% |
| Téc. em Informática | 1 | 0,91% |
| Telefonista | 1 | 0,91% |
| Tele operador | 1 | 0,91% |
| Vidraceiro | 1 | 0,91% |
| Vigilante | 1 | 0,91% |
| Não Respondeu | 3 | 2,73% |
| Total | 110 | 100,00% |

Características da Viagem

Tabela 8: É a primeira vez que vem à Cidade de Goiânia?

| | Respondentes | % |
|--------------------|---------------------|---------------|
| Sim | 7 | 6,4% |
| Não | 37 | 33,6% |
| Eu Moro em Goiânia | 66 | 60,0% |
| Total Geral | 110 | 100,0% |

Tabela 9: E no Réveillon de Goiânia, é a primeira vez?

| | Respondentes | % |
|---------------|---------------------|---------------|
| Sim | 59 | 53,6% |
| Não | 48 | 43,6% |
| Não Respondeu | 3 | 2,7% |
| Total | 110 | 100,0% |

Tabela 10: Como ficou sabendo do Réveillon Goiânia?

| | Respondentes | % |
|---------------------------------|---------------------|----------|
| Programas de TV e Rádio | 62 | 56,36% |
| Amigos/Parentes | 24 | 21,82% |
| Redes Social - Não Especificado | 5 | 4,55% |
| Trabalho | 5 | 4,55% |
| Site da Goiás Turismo | 4 | 3,64% |
| Redes Sociais - Facebook | 3 | 2,73% |

| | | |
|-------------------------------------|------------|----------------|
| Redes Sociais - WhatsApp | 2 | 1,82% |
| Trabalha perto | 1 | 0,91% |
| Costume | 1 | 0,91% |
| Veio até a localidade e se informou | 1 | 0,91% |
| Google | 1 | 0,91% |
| Internet | 1 | 0,91% |
| Total | 110 | 100,00% |

Tabela 11: Qual foi a principal motivação para vir ao Réveillon de Goiânia?

| | Respondentes | % |
|----------------------------------|---------------------|----------------|
| Show do Gustavo Lima | 45 | 40,91% |
| Todas as opções | 19 | 17,27% |
| Trabalho/Vendas | 17 | 15,45% |
| Acompanhar amigos e parentes | 8 | 7,27% |
| Passeio | 6 | 5,45% |
| Espetáculo de Fogos de Artifício | 5 | 4,55% |
| Show dos Artistas Regionais | 3 | 2,73% |
| Falta de Opção | 3 | 2,73% |
| Conhecer Goiânia | 1 | 0,91% |
| Curiosidade | 1 | 0,91% |
| Diversão | 1 | 0,91% |
| Não Respondeu | 1 | 0,91% |
| Total | 110 | 100,00% |

Tabela 12: Característica do grupo

| | Respondentes | % |
|---------------------|---------------------|---------------|
| Grupo Familiar | 31 | 28,2% |
| Amigos | 30 | 27,3% |
| Casal s/ Filho | 18 | 16,4% |
| Sozinho | 14 | 12,7% |
| Casal c/ Filhos | 11 | 10,0% |
| Colegas de Trabalho | 6 | 5,5% |
| Total | 110 | 100,0% |

Gráfico 4: Característica do grupo

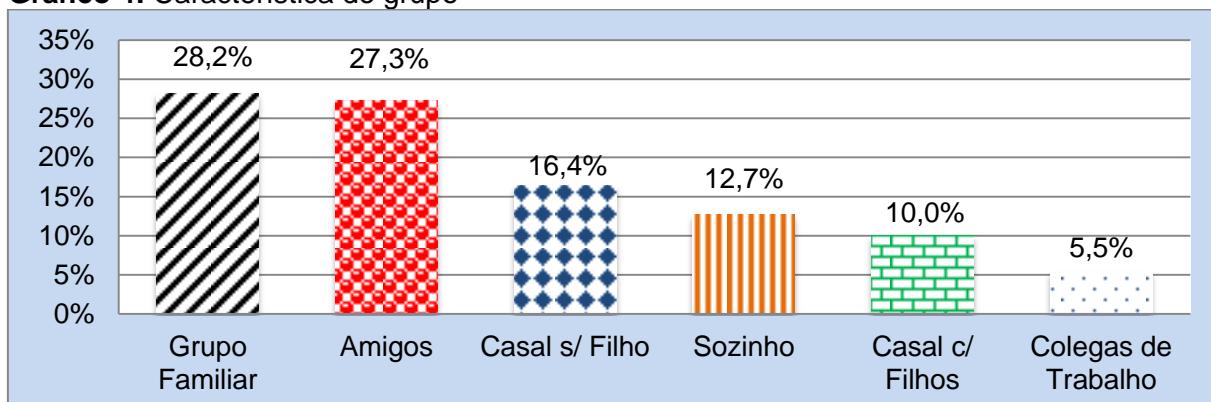


Tabela 13: Tamanho do Grupo

| | Respondentes | % |
|--------------------|---------------------|---------------|
| 1 a 2 Pessoas | 46 | 41,8% |
| 3 a 4 Pessoas | 37 | 33,6% |
| 5 a 6 Pessoas | 17 | 15,5% |
| 7 a 8 Pessoas | 3 | 2,7% |
| 9 a 10 Pessoas | 2 | 1,8% |
| 11 a 12 Pessoas | 0 | 0,0% |
| 13 a 14 Pessoas | 1 | 0,9% |
| Não Respondeu | 4 | 3,6% |
| Total | 110 | 100,0% |
| Média Geral | 3,29 | |

Tabela 14: Pernoitou na cidade?

| | Respondentes | % |
|--------------------|---------------------|---------------|
| Sim | 10 | 22,7% |
| Não | 22 | 50,0% |
| Não Respondeu | 12 | 27,3% |
| Total Geral | 44 | 100,0% |

Tabela 15: Número de Pernoites

| | Respondentes | % |
|---------------|---------------------|----------------|
| 1 Pernoite | 2 | 9,09% |
| 2 Pernoites | 1 | 4,55% |
| 3 Pernoites | 2 | 9,09% |
| 12 Pernoites | 1 | 4,55% |
| 20 Pernoites | 1 | 4,55% |
| 28 Pernoites | 1 | 4,55% |
| 30 Pernoites | 1 | 4,55% |
| Não Respondeu | 13 | 59,09% |
| Total | 22 | 100,00% |

Tabela 16: Horas permanecidas no evento

| | Respondentes | % |
|---------------|---------------------|---------------|
| 6 Horas | 1 | 5,6% |
| 8 Horas | 3 | 16,7% |
| 11 Horas | 1 | 5,6% |
| 12 Horas | 4 | 22,2% |
| Não Respondeu | 9 | 50,0% |
| Total | 18 | 100,0% |

Tabela 17: Meio de Transporte utilizado para chegar ao evento (Turista)?

| | Respondentes | % |
|-----------------------------|---------------------|----------|
| Automóvel Próprio | 22 | 50,0% |
| UBER | 8 | 18,2% |
| Moto | 4 | 9,1% |
| Ônibus de Linha | 4 | 9,1% |
| Ônibus/Van-Turismo/Excursão | 2 | 4,5% |
| Carona | 1 | 2,3% |
| Taxi | 1 | 2,3% |
| Automóvel Alugado | 1 | 2,3% |
| Não Respondeu | 1 | 2,3% |
| Total Geral | 44 | |

Tabela 18: Meio de Transporte utilizado para chegar ao evento (Turista Cidadão)?

| | Respondentes | % |
|-------------------|---------------------|----------------|
| Automóvel Próprio | 30 | 45,45% |
| UBER | 13 | 19,70% |
| Ônibus de Linha | 5 | 7,58% |
| Taxi | 3 | 4,55% |
| Moto | 2 | 3,03% |
| Automóvel Alugado | 2 | 3,03% |
| Moto Taxi | 1 | 1,52% |
| Não Respondeu | 10 | 15,15% |
| Total | 66 | 100,00% |

Gráfico 5: Viagem organizada por Agência de Viagem?

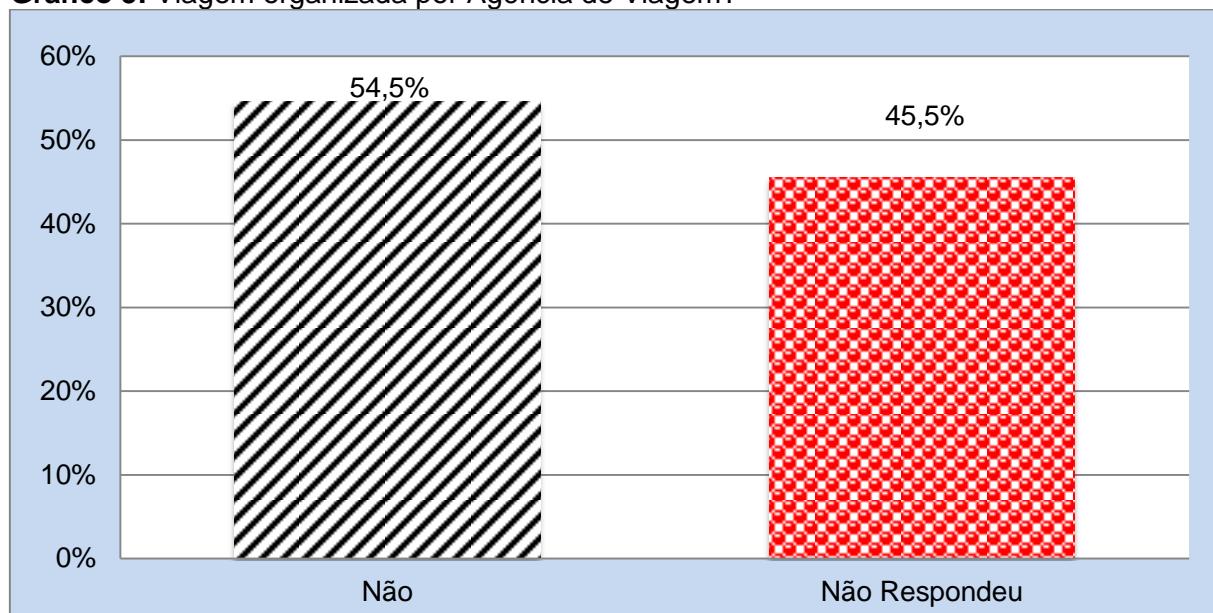


Tabela 19: Qual o meio de hospedagem utilizado no destino?

| | Respondentes | % |
|---------------------------|---------------------|----------------|
| Hotel | 5 | 7,58% |
| Casa de Amigos e Parentes | 5 | 7,58% |
| Pensão | 1 | 1,52% |
| Não Respondeu | 7 | 10,61% |
| Não se Aplica | 48 | 72,73% |
| Total | 66 | 100,00% |

Gastos

Tabela 20: Gasto médio por pessoa dos visitantes

| | Pessoas Incluídas | % | Total (R\$) | Valor Médio (R\$) |
|---------------------------------|--------------------------|----------------|----------------------|--------------------------|
| Compras Pessoais – Vestuário | 114 | 21,03% | R\$ 8.169,00 | R\$ 71,66 |
| Alimentos e Bebidas | 200 | 36,90% | R\$ 6.726,00 | R\$ 33,63 |
| Transporte Interno | 140 | 25,83% | R\$ 2.541,15 | R\$ 18,15 |
| Salão de beleza | 53 | 9,78% | R\$ 1.150,00 | R\$ 21,70 |
| Outros | 35 | 6,46% | R\$ 3.057,00 | R\$ 87,34 |
| Total | 542 | 100,00% | R\$ 21.643,15 | |

Obs 1: Coluna de percentual (%) é referente as proporções de pessoas incluídas nos gastos.

Obs 2. no que se refere a categoria atrativos e passeios tivemos somente 1 respondente com um gasto de R\$100,00 (gasto para um casal)

Tabela 21: Gasto médio com Hospedagem

| Pessoas Incluídas | Total | Média p/ Pessoa |
|--------------------------|--------------|------------------------|
| 13 | R\$ 6.175,00 | R\$ 475,00 |

Acessibilidade – PCD - Pessoa com deficiência

Gráfico 6: Você ou alguém de seu grupo é portador de necessidades especiais?

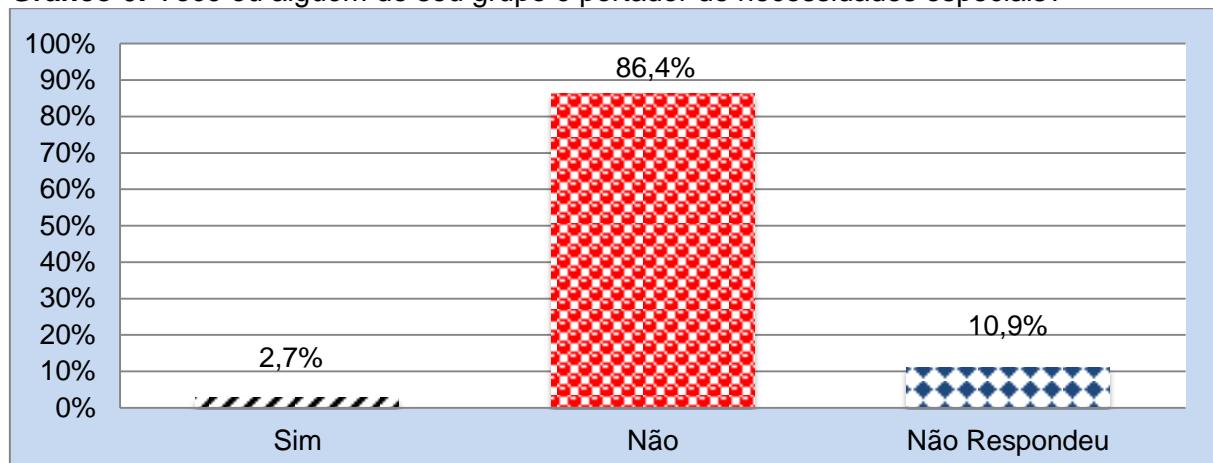


Tabela 22: Qual tipo de deficiência

| | Respondentes | % |
|--------------|---------------------|---------------|
| Física | 2 | 66,7% |
| Intelectual | 1 | 33,3% |
| Total | 3 | 100,0% |

Tabela 23: Qual a principal barreira encontrada?

| | Respondentes | % |
|-------------------------|---------------------|---------------|
| Falta de Acessibilidade | 2 | 66,7% |
| Arquitetônica | 1 | 33,3% |
| Total | 3 | 100,0% |

Avaliações

Tabela 24: Avaliação do evento

| | Péssimo | Ruim | Razoável | Bom | Ótimo | Total Geral |
|--|----------------|-------------|-----------------|------------|--------------|--------------------|
| Local do Evento | 6,4% | 6,7% | 19,3% | 38,3% | 29,2% | 3,77 |
| Estrutura do Evento | 6,1% | 6,1% | 19,7% | 38,1% | 30,0% | 3,80 |
| Acesso ao Local | 6,3% | 6,6% | 19,0% | 38,5% | 29,7% | 3,79 |
| Transporte Público no Dia do Reveillon | 0,0% | 0,0% | 41,0% | 25,6% | 33,3% | 3,92 |
| Uber | 2,7% | 0,0% | 17,3% | 40,0% | 40,0% | 4,15 |
| Taxi | 10,0% | 13,3% | 10,0% | 16,7% | 50,0% | 3,83 |
| Moto Taxi | 0,0% | 0,0% | 30,0% | 70,0% | 0,0% | 3,70 |
| Banheiros | 3,4% | 6,3% | 19,3% | 33,0% | 38,1% | 3,96 |
| Segurança | 4,9% | 7,1% | 17,7% | 38,6% | 31,7% | 3,85 |
| Divulgação do Evento | 5,9% | 5,9% | 17,1% | 39,1% | 32,0% | 3,85 |
| Estacionamento no Evento | 5,8% | 3,9% | 20,1% | 33,6% | 36,7% | 3,92 |
| Lixeiras no Evento | 5,3% | 5,3% | 15,3% | 40,0% | 34,1% | 3,92 |
| Feira Gastronômica com Food Trucks | 1,6% | 3,2% | 16,3% | 42,2% | 36,7% | 4,09 |
| Entretenimento para Crianças | 4,5% | 3,0% | 21,6% | 34,7% | 36,2% | 3,95 |
| Equipe Organizadora do evento | 5,8% | 7,1% | 18,6% | 34,0% | 34,6% | 3,85 |
| Avaliação Geral do Evento | 5,6% | 6,2% | 20,3% | 36,7% | 31,1% | 3,81 |
| Média Geral | | | | | | 3,89 |

Obs. As notas da avaliação variam entre 1 e 5, sendo: (1) Péssimo, (2) Ruim, (3) Razoável, (4) Bom e (5) Ótimo.

Expectativas

Tabela 25: Neste evento suas expectativas foram:

| | Respondentes | % |
|---------------------------------|--------------|---------------|
| Superadas | 16 | 14,5% |
| Atendimentos Plenamente | 53 | 48,2% |
| Atendidas em Partes | 37 | 33,6% |
| Não satisfeita ou Deceptionante | 2 | 1,8% |
| Não Respondeu | 2 | 1,8% |
| Total | 110 | 100,0% |

Gráfico 7: Nesta viagem suas expectativas foram:

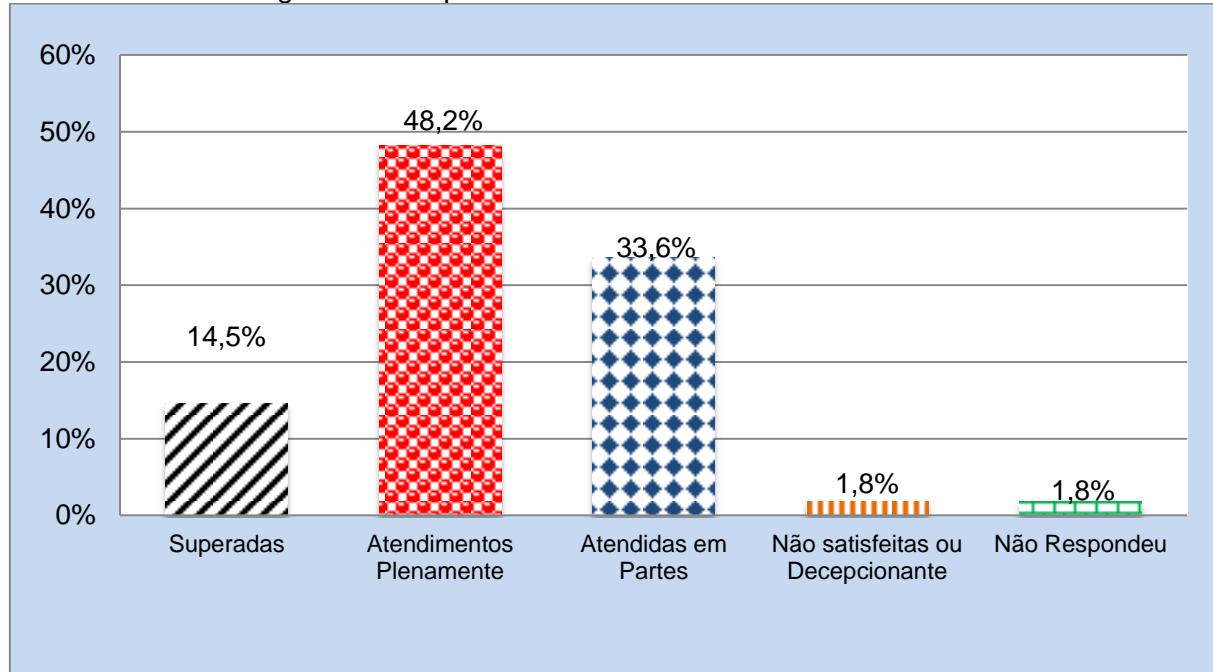


Tabela 26: Você recomendaria para algum amigo ou familiar, vir para o Réveillon de Goiânia?

| | Respondentes | % |
|-----------------|--------------|---------------|
| Sim | 101 | 91,8% |
| Não | 6 | 5,5% |
| Não Responderam | 3 | 2,7% |
| Total | 110 | 100,0% |

Críticas e sugestões dos entrevistados

Tabela 27: Comentários da comunidade (Turista Cidadão).

| Comentários | Respondentes |
|--|--------------|
| Falta de lixeiras. | 6 |
| Mais opções de comida. | 1 |
| Retirar o repertório sertanejo. | 1 |
| As pessoas que trabalham com alimentação deveriam ficar mais próximas do palco. | 1 |
| Banheiros sujos. | 1 |
| Local para sentar, falta estrutura para idoso e criança, pois se trata de um evento familiar. Melhor sinalização para banheiros. | 1 |
| Bebidas caras | 1 |
| Melhorar estrutura de banheiros. Pensar que nem todo goiano gosta de música sertaneja. | 1 |
| Falta água potável, banheiros para os trabalhadores (ambulantes). | 1 |
| Até o presente momento ótimo. | 1 |
| As bebidas estão com valor muito elevado. | 1 |
| A cerveja está muito cara, recomenda vender mais barata | 1 |
| Falta lixeiras, Bebedouro. | 1 |
| Mais segurança bebidas caras. | 1 |
| Falta segurança, melhorar os banheiros, faltou identificar as pessoas do evento. | 1 |
| Melhores informações para quem vai trabalhar no evento. | 1 |
| Os shows estão muito bons. | 1 |
| Organização do grupo de bombeiros civis não disponibilizou alimentação para trabalhadores. | 1 |
| Pra mim esta tudo ótimo. | 1 |
| Preços caros, uma água custar 5 reais é muito caro, com a pesquisa percebi que não tem lixeiras. | 1 |
| Preço da cerveja está muito alto. | 1 |
| Faltam placas informativas. | 1 |
| Preços dos alimentos e bebidas, valor do estacionamento foi caro. | 1 |
| Faltou cantores de peso antes do Gustavo Lima | 1 |
| Está tudo ótimo. | 1 |
| Gostaria que voltasse para a praça cívica. | 1 |
| Gostei do evento. | 1 |
| Não Responderam | 34 |
| Total | 66 |



Tabela 28: Comentários Turistas

| Comentários | Respondentes |
|--|--------------|
| Está faltando lixeiras. | 6 |
| Show principal começou tarde. | 1 |
| Ótima estrutura, iluminação e etc. | 1 |
| O evento foi ótimo. | 1 |
| Continuar a oferecer para a comunidade shows gratuitos. | 1 |
| Precisam colocar mais lixeiras e mais seguranças na entrada. | 1 |
| Desde que tenha todo ano esta ótimo. | 1 |
| Nada Relevante. | 1 |
| Desorganização na entrada. | 1 |
| O som demorou muito pra começar. | 1 |
| Parabéns pelo evento. | 1 |
| Estabelecer um ponto de depósito para as latas. | 1 |
| Preços praticados na área de alimentação e bebidas abusivos. | 1 |
| Evento esta bom. | 1 |
| Banheiro sujo. | 1 |
| Colocar todos os atrativos da praça cívica no serra dourada, não entendi porque mudou o local. | 1 |
| Não tem divulgação na Rodoviária. | 1 |
| Falta de lixeiras. | 1 |
| O Gustavo Lima deveria abrir o réveillon. | 1 |
| Organização muito boa. Boa estrutura, muita gente agora só curtir a virada. | 1 |
| Faltam lixeiras, maior divulgação do evento. | 1 |
| Ótima organização. | 1 |
| Faltam lixeiras, preço dos alimentos e bebidas muito altas. | 1 |
| Faltam locais para sentar. | 1 |
| Preços dos alimentos caros. | 1 |
| Faltam mais pontos para alimentação. | 1 |
| Proibição de garrafas de bebidas, sendo que tem produtos do mesmo sendo vendidos dentro do evento. | 1 |
| Tudo bonito no evento. | 1 |
| Mais cantores renomados e maior divulgação. | 1 |
| Não Responderam. | 10 |
| Total | 44 |



Tabela 29: Estimação dos gastos das categorias de consumo

| | Valor Médio (R\$) | Proporção de Pessoas | Volume Estimado (R\$) |
|------------------------------|------------------------------|---------------------------------|----------------------------------|
| Compras Pessoais - Vestuário | 71,66 | 21,0% | R\$ 753.597,79 |
| Alimentos e Bebidas | 33,63 | 36,9% | R\$ 620.479,70 |
| Transporte Interno | 18,15 | 25,8% | R\$ 234.423,43 |
| Salão de beleza | 21,70 | 9,8% | R\$ 106.088,56 |
| Outros | 87,34 | 6% | R\$ 282.011,07 |
| Total | | 100,0% | R\$ 1.996.600,55 |

Impactos Econômicos

De acordo com os gastos observados na apuração da pesquisa em cada categoria (compras pessoais/vestuário, alimentos e bebidas, transporte interno, salão de beleza e outros), estimou-se o volume total da circulação de papel em **R\$ 1.996.600,55**. A base para o cálculo foi extraída das orientações do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) que se baseia no PIB (Produto Interno Bruto). Exemplo do detalhamento do cálculo: **Total Público X % da categoria X Valor médio gasto em cada modalidade de consumo - Exemplo referente a categoria compras pessoais - vestuário: (50.000 X 21,0% X R\$ 71.66 = R\$ 753.597,79), isso resulta no impacto direto.**

Utilizando o Multiplicador Econômico do Turismo, valor de índice de: **2,03** (conforme consulta e orientação no Instituto Mauro Borges/Profissional: Dr. em Economia pela UNB - Guilherme Rezende de Oliveira – Gerência de Estudos Socioeconômicos e Especiais e <http://www.observatoriodoturismo.uff.br/images/pesquisas/rir.pdf>), para calcular o impacto total na economia (Impacto Total = Multiplicador x Impacto Direto), o valor calculado foi de **R\$ 4.053.099,12**.

No que se refere ao total estimado do recolhimento tributário, segundo o IBGE calcula-se a soma dos gastos das categorias **R\$ R\$ 4.053.099,12 X 33,74%** (média dos impostos estimada pelo IBGE) que corresponde **R\$ 1.053.099,64**.

ANEXOS



OBSERVATÓRIO DO TURISMO – IPTUR



PESQUISA DEMANDA, PERFIL E SATISFAÇÃO DOS PARTICIPANTES DO RÉVEILLON 2017: GOIÂNIA – GO
(TURISTA preencher quadros brancos e cinza's e TURISTA CIDADÃO preencher somente os quadros em branco)

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|--|---|--|----------------------------|-----------------------|------------|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| <p>(A) DADOS GERAIS</p> <p>(B) PERFIL DO ENTREVISTADO</p> <p>Residência Permanente: 1 – País: () Brasil () Outro: 2 – Estado: () Goiás () Distrito Federal () Outra UF:</p> <p>3 – Cidade: () Goiânia () Trindade () Anápolis () Aparecida de Goiânia () Senador Canedo () Outro Município:</p> <p>4 – Sexo? () Masculino () Feminino 5 – Qual é a sua idade? 5.A – Profissão:</p> <p>6 – Renda Mensal Individual:</p> <p>7 – Escolaridade: () Até o Ensino Fundamental I () Ensino Médio Completo () Superior Completo () Pós-Graduação</p> <p>(C) CARACTERÍSTICAS</p> <p>8 – É a primeira vez que vem à Goiânia? () Sim () Não () Eu moro em Goiânia</p> <p>8.A E no Réveillon promovido pelo Governo do Estado de Goiás – Goiás Turismo? () Sim () Não 9.A - Se não, quantas vezes?</p> <p>9 – Como ficou sabendo do Réveillon? (resposta única)</p> <p>() Material promocional da Goiás Turismo () Programas de TV e Rádio () Site da Goiás Turismo () Amigos/parentes () Agência de Viagem () Jornais () Redes sociais () Outros (especifique)</p> <p>10 – Qual foi a principal motivação para vir ao Réveillon no Estacionamento do Serra Dourada?</p> <p>() Shows dos Artistas Regionais () Show do Gustavo Lima () Show de Cuiabano Lima () Espetáculo de Fogos de Artifício () apenas acompanhar amigos e parentes () Todas as anteriores () outros</p> <p>11 – Característica do Grupo?</p> <p>() Sozinho () Casal s/ Filhos () Casal c/ Filhos () Grupo Familiar () Amigos () Colegas de Trabalho () Outros: Tamanho do Grupo:</p> <p>12 – Pernoitou na cidade? () Sim Número de pernoites _____ () Não Horas no destino_____</p> <p>13 – Viagem organizada por agência de turismo? () Sim () Não</p> <p>14 – Meio de Transporte utilizado para chegar ao destino?</p> <p>() Automóvel Próprio () Ônibus de Linha () Ônibus/Van Turismo/Excursão () Ônibus/Van Fretado () Avião () Outros (listar):</p> <p>15 – Qual é o Meio de Hospedagem no Destino?</p> <p>() Hotel () Casa amigos/parentes () Hostel () Pousada () Imóvel de Aluguel () Imóvel Próprio () Outros (listar): () Motel</p> <p>(D) Detalhe dos gastos realizados no município para os seguintes itens:</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 30%; vertical-align: top;"> <p>1 – Compras pessoais – Adquiriu vestuário para participar do evento</p> <p>2- Alimentos e Bebidas no evento</p> <p>3 – Transporte Interno () ônibus, () Uber () taxi () moto taxi () carro próprio () carro alugado () van fretada</p> <p>4 – Hospedagem</p> <p>5 – Atrativos e Passeios</p> </td> <td style="width: 15%; text-align: center;"> <p>() Gasto Zero</p> </td> <td style="width: 15%; text-align: center;"> <p>R\$</p> <p>R\$</p> <p>R\$</p> <p>R\$</p> <p>R\$</p> </td> <td style="width: 15%; text-align: center;"> <p>6 - Salão de beleza</p> </td> <td style="width: 15%; text-align: center;"> <p>() Gasto Zero</p> </td> <td style="width: 15%; text-align: center;"> <p>R\$</p> </td> </tr> <tr> <td colspan="6" style="text-align: center;">7 - Outros (listar) () Gasto Zero R\$</td> </tr> <tr> <td colspan="6" style="text-align: center;">8 – Total de Gastos () Gasto Zero R\$</td> </tr> </table> <p>Contando com você, quantas pessoas estão incluídas neste gasto?</p> <p>(E) ACESSIBILIDADE PCD</p> <p>1- Você ou alguém de seu grupo é pessoa com deficiência? () Não Sim: () Respondente () Membro do grupo</p> <p>2- Tipo de necessidade: () Intelectual () Física () Auditiva () Visual () Outros:</p> | <p>1 – Compras pessoais – Adquiriu vestuário para participar do evento</p> <p>2- Alimentos e Bebidas no evento</p> <p>3 – Transporte Interno () ônibus, () Uber () taxi () moto taxi () carro próprio () carro alugado () van fretada</p> <p>4 – Hospedagem</p> <p>5 – Atrativos e Passeios</p> | <p>() Gasto Zero</p> | <p>R\$</p> <p>R\$</p> <p>R\$</p> <p>R\$</p> <p>R\$</p> | <p>6 - Salão de beleza</p> | <p>() Gasto Zero</p> | <p>R\$</p> | 7 - Outros (listar) () Gasto Zero R\$ | | | | | | 8 – Total de Gastos () Gasto Zero R\$ | | | | | |
| <p>1 – Compras pessoais – Adquiriu vestuário para participar do evento</p> <p>2- Alimentos e Bebidas no evento</p> <p>3 – Transporte Interno () ônibus, () Uber () taxi () moto taxi () carro próprio () carro alugado () van fretada</p> <p>4 – Hospedagem</p> <p>5 – Atrativos e Passeios</p> | <p>() Gasto Zero</p> | <p>R\$</p> <p>R\$</p> <p>R\$</p> <p>R\$</p> <p>R\$</p> | <p>6 - Salão de beleza</p> | <p>() Gasto Zero</p> | <p>R\$</p> | | | | | | | | | | | | | |
| 7 - Outros (listar) () Gasto Zero R\$ | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 8 – Total de Gastos () Gasto Zero R\$ | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

3 – Qual a principal barreira encontrada: () Arquitetônica () Atendimento inadequado () Falta de Acessibilidade () Virtual

4 – Alguma sugestão para o evento se adequar a PCD?

| (F) REVEILLON 2017 | Ótimo | Bom | Razoável | Ruim | Péssimo | Não se Aplica |
|--|--------------|------------|-----------------|-------------|----------------|----------------------|
| Local do Evento | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |
| Estrutura do Evento | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |
| Acesso ao Evento | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |
| Transporte publico no dia do Réveillon | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |
| Uber | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |
| Taxi | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |
| Moto Taxi | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |
| Banheiros | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |
| Segurança | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |
| Divulgação do evento | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |
| Estacionamento no evento | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |
| Lixeiras no evento | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |
| Feira Gastronómica com Food Trucks | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |
| Entretenimento para Crianças | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |
| Equipe Organizadora do Evento | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |
| Avaliação geral do evento | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |

(G) EXPECTATIVAS

1- Você recomendaria a um amigo ou familiar a festa Réveillon no Estacionamento do Estádio Serra Dourada ? () Sim () Não

2- Até agora neste evento, suas expectativas foram:

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

Seus comentários são muito importantes para melhorarmos o nosso evento. Você tem algum elogio, sugestão ou crítica adicional?
