

Pesquisa perfil de satisfação do participante

# PRÉ-CARNAVAL

GOIÂNIA  
2026



**PESQUISA DE PERFIL E SATISFAÇÃO DO  
PARTICIPANTE DO PRÉ-CARNAVAL DE GOIÂNIA 2026**

**PREFEITURA MUNICIPAL**

**Sandro Mabel**  
Prefeito de Goiânia

**Cláudia da Silva Lira**  
Vice-Prefeita

**AGÊNCIA MUNICIPAL DE TURISMO E EVENTOS – GOIÂNIA TUR**

**Nárcia Kelly Alves da Silva**  
Presidente

**Vinícius Gomes do Nascimento**  
Chefia de Gabinete

**Lorena Oliveira e Oliveira Sariedine**  
Chefia de Advocacia Setorial

**Valeria Soares de Almeida Moura**  
Diretoria Administrativa

**Anderson Antonio Vaz Soares**  
Diretoria de Promoção e Incentivo ao Turismo

**Laiza Castilho Bonifácio e Silva**  
Diretoria de Promoção de Eventos

**Ludmilla Martins da Silva**  
Gerência de Qualificação e Pesquisa Turística

**Karine de Rezende Gouvea**  
Gerência de Promoção de Eventos e Infraestrutura

## PESQUISA DE PERFIL E SATISFAÇÃO DO PARTICIPANTE DO PRÉ-CARNAVAL DE GOIÂNIA 2026

### OBSERVATÓRIO DE TURISMO DE GOIÂNIA

#### **Kiara Karizy Guimarães de Melo**

Coordenadora do Observatório de Turismo de Goiânia

#### **Equipe de Apoio Técnico por Área**

Camila Fernandes Silva – Assistente / Pesquisadora

Erika Cunha Tocantins – Assistente / Tabulação de Dados

Grasiela Alves dos Reis – Estagiária / Tabulação de Dados

Jerônimo Marques Filizola – Analista / Elaboração do Instrumento de Pesquisa / Tabulação de Dados

Kiara Karizy Guimarães de Melo – Analista / Tabulação de Dados / Analista de Dados / Pesquisadora

Mércia Caroline Otto Morais – Analista / Tabulação de Dados

#### **Pesquisadores**

Agnaldo Luciano Ferreira

Amanda Alves Borges

Anderson Porto Teixeira

Camila Fernandes Silva

Carlos Henrique Pereira de Freitas

Edson Oliveira de Sena

Emerson Felipe Melo da Cruz

Jessica Florinda Amorim

Juliana Cardoso

Kiara Karizy Guimarães de Melo

Lídia Milhomem Pereira

Mariza Paiva Sarges

Nayana Alves Di Paula

Patrícia Cristina Silva Martins

Priscila Saraiva De Azevedo

Rosmam Rasmussen Araújo

#### **Relatório Técnico**

Kiara Karizy Guimarães de Melo

Amanda Alves Borges

**PESQUISA DE PERFIL E SATISFAÇÃO DO  
PARTICIPANTE DO PRÉ-CARNAVAL DE GOIÂNIA 2026**

**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 Glauce 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

**Juliano Solano de Moraes Lopes**  
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

## **OBSERVATÓRIO DO TURISMO DO ESTADO DE GOIÁS**

### **Amanda Alves Borges**

Coordenadora do Observatório do Turismo do Estado de Goiás

### **Equipe de Apoio Técnico por Área**

Amanda Alves Borges – Turismo / Analista de Dados / Pesquisadora

Amanda Sueli Madeira Pereira – Hotelaria / Pesquisadora Voluntária

Beatriz da Silva Carneiro – Turismo / Pesquisadora Voluntária

Blenda Domingues Bittencourt – Turismo / Pesquisadora

Carlos Henrique Pereira de Freitas – Economia / Analista de dados / Pesquisador

Diego Carneiro Oliveira – Turismo / Pesquisador Voluntário

Giovanna Adriana Tavares Gomes – Turismo / Pesquisadora Voluntária

José Carlos Paim Pamplona – Ciência da Computação / Estágio / Pesquisador

José Ricardo Borrás – Apoio / Tabulação de dados / Pesquisador

Maria Aparecida Alves do Carmo – Apoio / Tabulação de dados / Pesquisadora

Mikaelle Lima Souza – Geografia / Estágio / Pesquisadora

Reginaldo Soares de Azevedo – Museologia / Tabulação de Dados / Pesquisador

Waldedy Maria de Paula – Jornalismo / Tabulação de Dados / Pesquisadora

### **Capa**

Laura Cândido Amaral

### **Foto**

Agência Cora Coralina de Notícias (Governo de Goiás)

# 1. APRESENTAÇÃO



A Agência Municipal de Turismo de Goiânia – GoiâniaTur, órgão oficial do Município, tem como objetivo executar a política municipal de turismo, promovendo o desenvolvimento da atividade turística como instrumento de geração de renda e ampliação do mercado de trabalho, por meio da valorização e divulgação do potencial turístico da cidade. Atua no planejamento, fomento e estruturação do turismo, na promoção e apoio a eventos, na melhoria da qualidade dos serviços, na gestão de informações e dados do setor, na articulação com a iniciativa privada e demais esferas de governo, bem como na atração de investimentos e no fortalecimento de Goiânia como destino turístico nos âmbitos regional, nacional e internacional.

## 1.1 Observatório de Turismo de Goiânia

O Observatório de Turismo de Goiânia surge como uma iniciativa estratégica vinculada à Diretoria de Promoção e Incentivo ao Turismo, por meio da Gerência de Pesquisa e Qualificação Turística da GoiâniaTur. Sua principal missão é monitorar, analisar e divulgar informações sobre o turismo na capital de maneira contínua e sistemática, contribuindo para o desenvolvimento do setor, a formulação de políticas públicas e a tomada de decisão embasada em dados concretos.

## 1.2 Observatório do Turismo de Goiás

A pesquisa foi realizada em parceria com o Observatório do Turismo de Goiás, departamento de pesquisa da Goiás Turismo, órgão responsável pela política estadual de turismo. O observatório reúne uma equipe multidisciplinar para produzir e organizar dados que apoiem o planejamento e o desenvolvimento do turismo em Goiás. Seus estudos são disponibilizados publicamente no site oficial <https://goias.gov.br/observatoriodoturismo/>.

## 1.3 Pré-Carnaval de Goiânia 2026

O Pré-Carnaval de Goiânia é uma festa tradicional realizada nos dias que antecedem o Carnaval, reunindo moradores e turistas em uma grande celebração cultural. Em 2026, o evento aconteceu no dia 7 de fevereiro. A festa foi marcada pela diversidade musical, com ritmos como samba, axé, sertanejo, frevo, rock e música eletrônica, proporcionando uma experiência plural e animada para diferentes públicos. As festividades ocorreram em diversos pontos de Goiânia, com ênfase na Avenida 85 e em bairros tradicionais, que se transformaram em espaços de convivência,

## PESQUISA DE PERFIL E SATISFAÇÃO DO PARTICIPANTE DO PRÉ-CARNAVAL DE GOIÂNIA 2026

lazer e valorização da cultura local, consolidando o Pré-Carnaval como um dos principais eventos do calendário turístico da capital.

## 2. METODOLOGIA



Visando conhecer e identificar o perfil do público participante do Pré-Carnaval de Goiânia 2026, bem como o grau de satisfação das/dos participantes, o Observatório de Turismo de Goiânia, em parceria com o Observatório do Turismo do Estado de Goiás — ambos vinculados à Rede Brasileira de Observatórios de Turismo (RBOT) — realizou pesquisa de campo no dia 7 de fevereiro de 2026, junto às foliãs e aos foliões dos blocos **Aê, Café Nice, CarnaRock, Cateretê, Não Encha Meu Sax, Parada Beer, Salserin e Sobe no Meu Trem**. A coleta de dados foi realizada por meio de formulários impressos e digitais, via Google Forms, contendo perguntas abertas e fechadas, aplicadas pelo pesquisador. Para a tabulação, utilizou-se o sistema de formulários do Google Forms, com posterior exportação dos dados para o Excel, onde foram analisados e sistematizados para a elaboração deste relatório técnico-estatístico. A análise qualitativa das questões abertas foi realizada por meio da ferramenta Wordclouds, com a construção de nuvens de palavras a partir das respostas das/dos entrevistadas/os. Ao todo, foram aplicados **426 questionários** durante o evento.

## PESQUISA DE PERFIL E SATISFAÇÃO DO PARTICIPANTE DO PRÉ-CARNAVAL DE GOIÂNIA 2026

### 3. DESTAQUES DA PESQUISA



- ✓ **Respondentes:** A pesquisa contou com **426** respondentes.
- ✓ **Gênero:** Do total de participantes, **52,11%** se identificaram com o **gênero feminino**, 44,13% com o gênero masculino e 3,76% preferiram não declarar.
- ✓ **Idade:** A idade média dos respondentes foi de **42,64 anos**.
- ✓ **Renda:** A renda média ajustada estimada dos participantes foi **R\$ 11.576,93**.
- ✓ **Origem do público:** **86,15%** dos respondentes eram residentes na cidade de **Goiânia**, **8,22%** eram **turistas** e **5,63%** eram **excursionistas**.
- ✓ **Procedência:** **94,3%** dos respondentes eram de **Goiás**, enquanto **5,7%** eram provenientes de outros **6 estados** (DF/MG/MT/SP/BA/TO) e **2 países** (Bélgica e Portugal).
- ✓ **Hospedagem:** Entre os turistas, **62,86%** hospedaram-se na **casa de amigos ou parentes**, e **25,72%** ficaram em meios de hospedagem pagos, como **pousadas, hotéis, Airbnb ou flats**.
- ✓ **Pernoites:** A média de permanência dos turistas foi de **4,4 noites**.
- ✓ **Transporte:** **63,62%** dos participantes utilizaram **transporte por aplicativo** como meio de deslocamento para o evento.
- ✓ **Divulgação:** **37,3%** dos participantes informaram ter tomado conhecimento do evento por meio das **redes sociais**.
- ✓ **Participação anterior:** **62,44%** já **haviam participado do evento** anteriormente, enquanto **34,4%** estavam participando pela **primeira vez**. Entre aqueles que já conheciam o evento, **41,73%** informaram ter participado de **3 a 4 vezes**.
- ✓ **Motivação:** As três principais motivações para participação no evento foram **atração musical (31,46%)**, evento tradicional/consolidado (26,06%) e boas recomendações (24,65%).
- ✓ **Pontos fortes:** Os principais pontos fortes do evento mencionados pelos participantes foram **atração musical / shows / bandas / cantores (25,7%)**, bebidas / open bar / drinks / cerveja gelada (23,30%) e organização (17,80%).
- ✓ **Pontos de melhoria:** Os principais aspectos apontados para melhoria foram os **banheiros**, devido à falta de água, estrutura precária e quantidade insuficiente de sanitários (**18,75%**); o espaço pequeno / superlotação / local apertado (12,50%); e Limpeza/Lixo/Falta de lixeiras (11,33%).
- ✓ **Avaliação geral:** Em uma escala de 1 a 5, o item com maior nota foi segurança (4,6), enquanto o item com menor nota foi banheiros (3,89). A avaliação geral do evento apresentou nota média de **4,26**, indicando elevado nível de satisfação, situado entre os conceitos **Bom e Ótimo**.

## 4. RESULTADOS DAS ENTREVISTAS



Tabela 1 – Estado ou País de Origem

	Respondentes	%
Goiás (GO)	402	94,37%
Distrito Federa (DF)	9	2,11%
Minas Gerais (MG)	4	0,94%
Mato Grosso (MT)	3	0,70%
São Paulo (SP)	3	0,70%
Bahia (BA)	2	0,47%
Tocantins (TO)	1	0,23%
Bélgica (BE) - internacional	1	0,23%
Portugal (PT) - internacional	1	0,23%
<b>Total</b>	<b>426</b>	<b>100%</b>

Tabela 2 – Cidades de Origem

	Respondentes	%
Goiânia	367	86,15%
Aparecida de Goiânia	17	3,99%
Brasília	9	2,11%
Senador Canedo	5	1,17%
Barra do Garças	3	0,70%
São Paulo	3	0,70%
Anápolis	2	0,47%
Rio Verde	2	0,47%
Salvador	2	0,47%
Belo Horizonte	1	0,23%
Caldas Novas	1	0,23%
Cidade de Goiás	1	0,23%
Curvelo	1	0,23%
Elói Mendes	1	0,23%
Guapó	1	0,23%
Gurupi	1	0,23%
Itapirapuã	1	0,23%
Itapuranga	1	0,23%
Itumbiara	1	0,23%
Morrinhos	1	0,23%
Nerópolis	1	0,23%
Uberlândia	1	0,23%
Uruaçu	1	0,23%
Bruxelas - internacional	1	0,23%
Lisboa - internacional	1	0,23%
<b>Total</b>	<b>426</b>	<b>100%</b>

**PESQUISA DE PERFIL E SATISFAÇÃO DO PARTICIPANTE DO PRÉ-CARNAVAL DE GOIÂNIA 2026**

Tabela 3 – Cidades/Estado ou País de Origem

	Respondentes	%
<b>Goiás (GO)</b>	<b>402</b>	<b>94,37%</b>
Goiânia	367	86,15%
Aparecida de Goiânia	17	3,99%
Senador Canedo	5	1,17%
Anápolis	2	0,47%
Rio Verde	2	0,47%
Caldas Novas	1	0,23%
Cidade de Goiás	1	0,23%
Guapó	1	0,23%
Itapirapuã	1	0,23%
Itapuranga	1	0,23%
Itumbiara	1	0,23%
Morrinhos	1	0,23%
Nerópolis	1	0,23%
Uruaçu	1	0,23%
<b>Distrito Federal (DF)</b>	<b>9</b>	<b>2,11%</b>
Brasília	9	2,11%
<b>Mato Grosso (MT)</b>	<b>3</b>	<b>0,70%</b>
Barra do Garças	3	0,70%
<b>São Paulo (SP)</b>	<b>3</b>	<b>0,70%</b>
São Paulo	3	0,47%
<b>Bahia (BA)</b>	<b>2</b>	<b>0,47%</b>
Salvador	2	0,47%
<b>Minas Gerais (MG)</b>	<b>4</b>	<b>0,94%</b>
Belo Horizonte	1	0,23%
Curvelo	1	0,23%
Elói Mendes	1	0,23%
Uberlândia	1	0,23%
<b>Tocantins (TO)</b>	<b>1</b>	<b>0,23%</b>
Gurupi	1	0,23%
<b>Internacional</b>	<b>2</b>	<b>0,47%</b>
Bruxelas – Bélgica	1	0,23%
Lisboa – Portugal	1	0,23%
<b>Total</b>	<b>426</b>	<b>100%</b>

**PESQUISA DE PERFIL E SATISFAÇÃO DO PARTICIPANTE DO PRÉ-CARNAVAL DE GOIÂNIA 2026**

Tabela 4 – Gênero

	Respondentes	%
Feminino	222	52,11%
Masculino	188	44,13%
Prefiro não dizer	16	3,76%
<b>Total</b>	<b>426</b>	<b>100%</b>

Gráfico 1 – Gênero

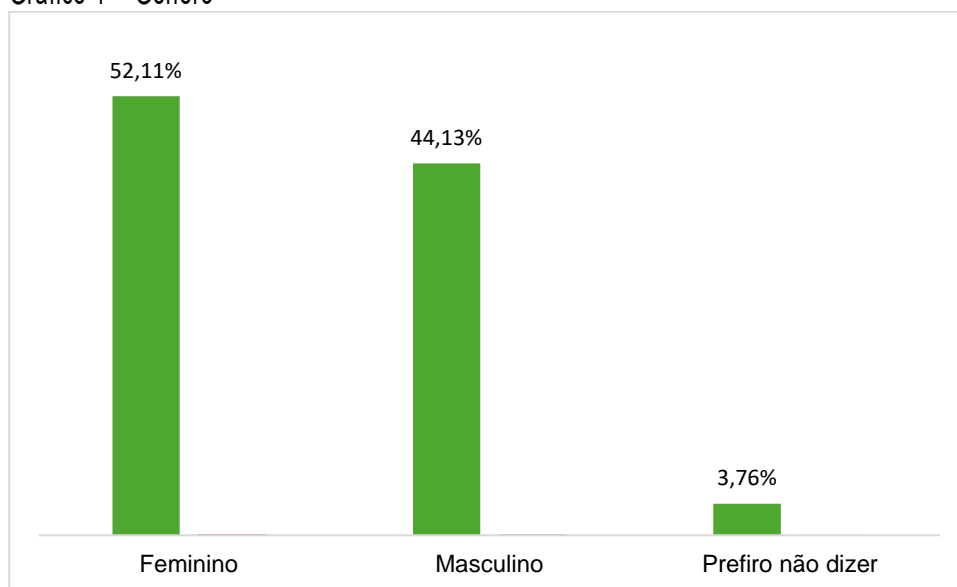


Tabela 5 – Faixa etária

	Respondentes	%
Até 20 anos	18	4,23%
De 21 a 30 anos	86	20,19%
De 31 a 40 anos	104	24,41%
De 41 a 50 anos	112	26,29%
De 51 a 60 anos	78	18,31%
Mais de 60 anos	26	6,10%
Não respondeu	2	0,47%
<b>Total</b>	<b>426</b>	<b>100%</b>
<b>Média de idade</b>	<b>42,64</b>	

**PESQUISA DE PERFIL E SATISFAÇÃO DO PARTICIPANTE DO PRÉ-CARNAVAL DE GOIÂNIA 2026**

Gráfico 2 – Faixa etária dos respondentes

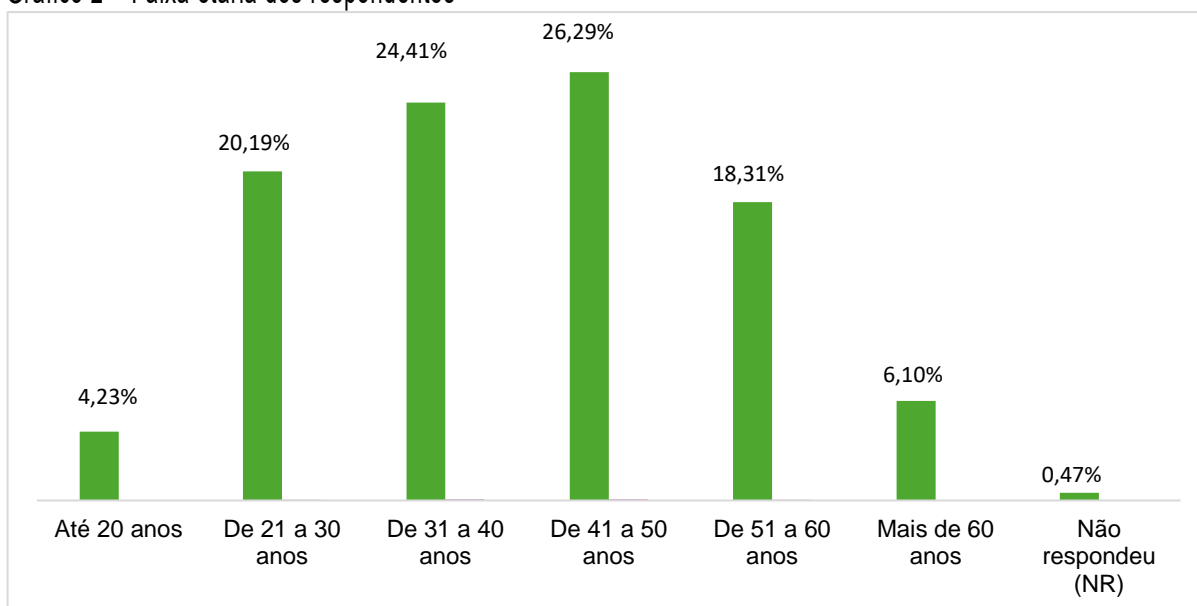


Tabela 6 – Renda Mensal Individual

Faixa de renda	Respondentes	%
Sem renda/não quis informar	38	8,92%
Até 2 salários mínimos (até R\$ 3.242,00)	89	20,89%
De 2 até 4 salários mínimos (R\$ 3.242,01 a R\$ 6.484,00)	114	26,76%
De 4 até 6 salários mínimos (R\$ 6.484,01 a R\$ 9.726,00)	66	15,49%
De 6 até 8 salários mínimos (R\$ 9.726,01 a R\$ 12.968,00)	54	12,68%
De 8 até 10 salários mínimos (R\$ 12.968,01 a R\$ 16.210,00)	28	6,57%
Mais de 10 salários mínimos (acima de R\$ 16.210,00)	37	8,69%
<b>Total</b>	<b>426</b>	<b>100%</b>
<b>Média ajustada: R\$ 11.576,93</b>		

**PESQUISA DE PERFIL E SATISFAÇÃO DO PARTICIPANTE DO PRÉ-CARNAVAL DE GOIÂNIA 2026**

Gráfico 3 – Renda Mensal Individual

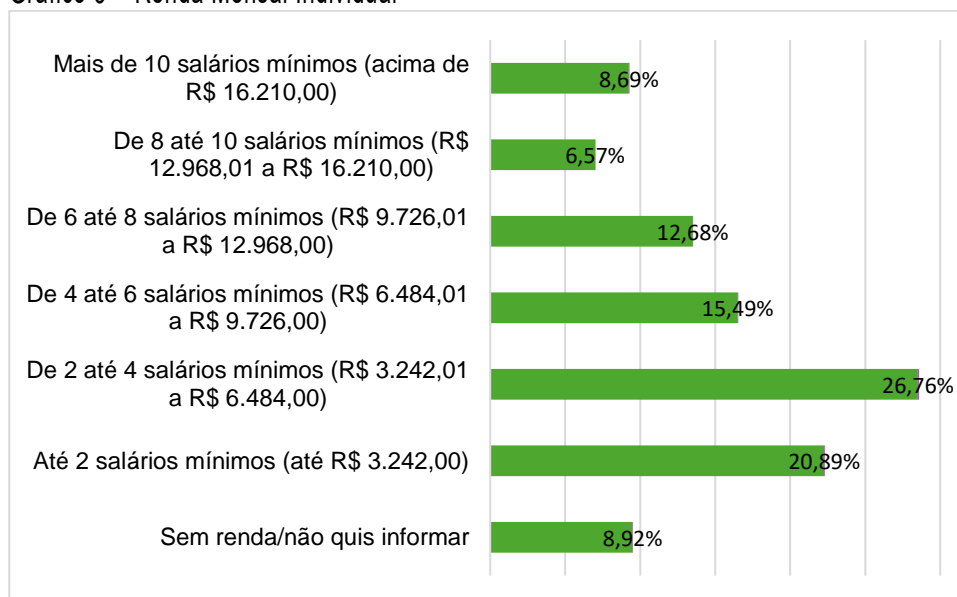
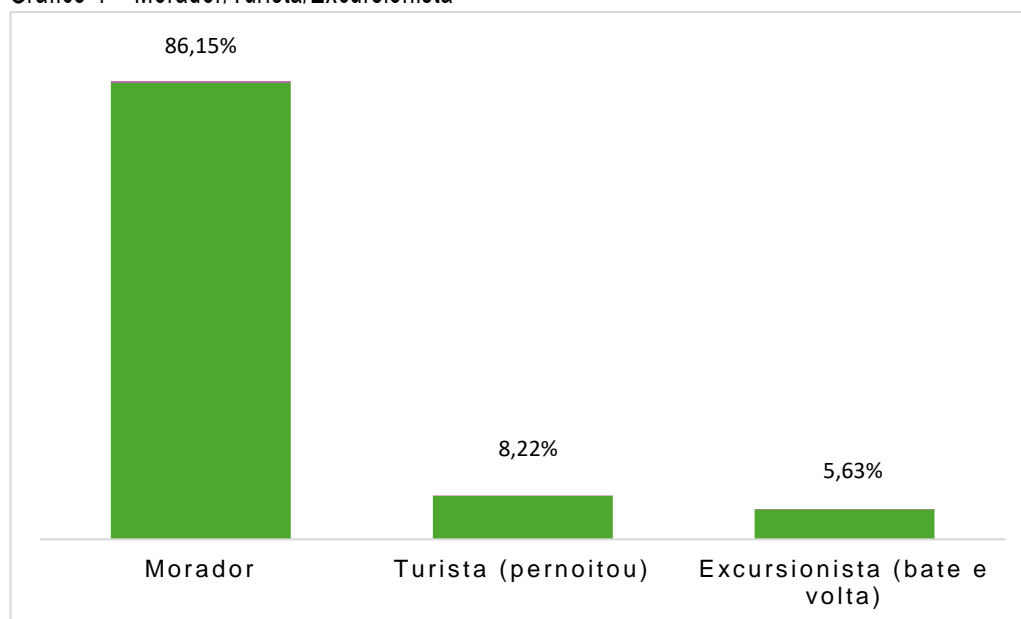


Tabela 7 – Morador/Turista/Excursionista

	Respondentes	%
Morador	367	86,15%
Turista (pernoitou)	35	8,22%
Excursionista (bate e volta)	24	5,63%
<b>Total</b>	<b>426</b>	<b>100%</b>

Gráfico 4 – Morador/Turista/Excursionista



**PESQUISA DE PERFIL E SATISFAÇÃO DO PARTICIPANTE DO PRÉ-CARNAVAL DE GOIÂNIA 2026**

Tabela 8 – Meio de hospedagem dos turistas

	Respondentes	%
Casa de amigos/parentes	22	62,86%
Pousada/Hotel	5	14,29%
Airbnb	3	8,57%
Imóvel próprio	3	2,86%
Flat	1	2,86%
Não respondeu	1	8,57%
<b>Total</b>	<b>35</b>	<b>100%</b>

Gráfico 5 – Meio de hospedagem dos turistas

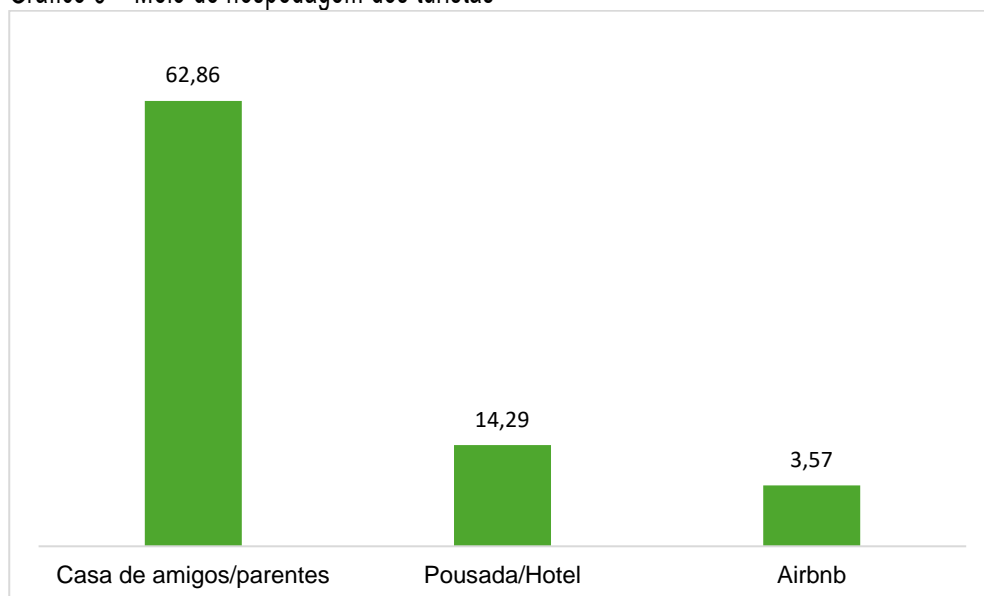


Tabela 9 – Número de pernoites

	Respondentes	%
1 pernoite	6	27,27%
2 pernoites	9	40,91%
3 pernoites	5	22,73%
8 pernoites	1	4,55%
15 pernoites	1	4,55%
<b>Total</b>	<b>22</b>	<b>100%</b>
<b>Média de pernoites 4,4</b>		

**PESQUISA DE PERFIL E SATISFAÇÃO DO PARTICIPANTE DO PRÉ-CARNAVAL DE GOIÂNIA 2026**

Tabela 10 – Meio de transporte utilizado para chegar ao evento

	Respondentes	%
Transporte por aplicativo	271	63,62%
Carro próprio	97	22,77%
Carona com amigos	24	5,63%
A pé	19	4,46%
Táxi	9	2,11%
Oficial do trabalho	1	0,23%
Não respondeu	5	1,17%
<b>Total</b>	<b>426</b>	<b>100,00%</b>

Gráfico 6 – Meio de transporte utilizado para chegar ao evento

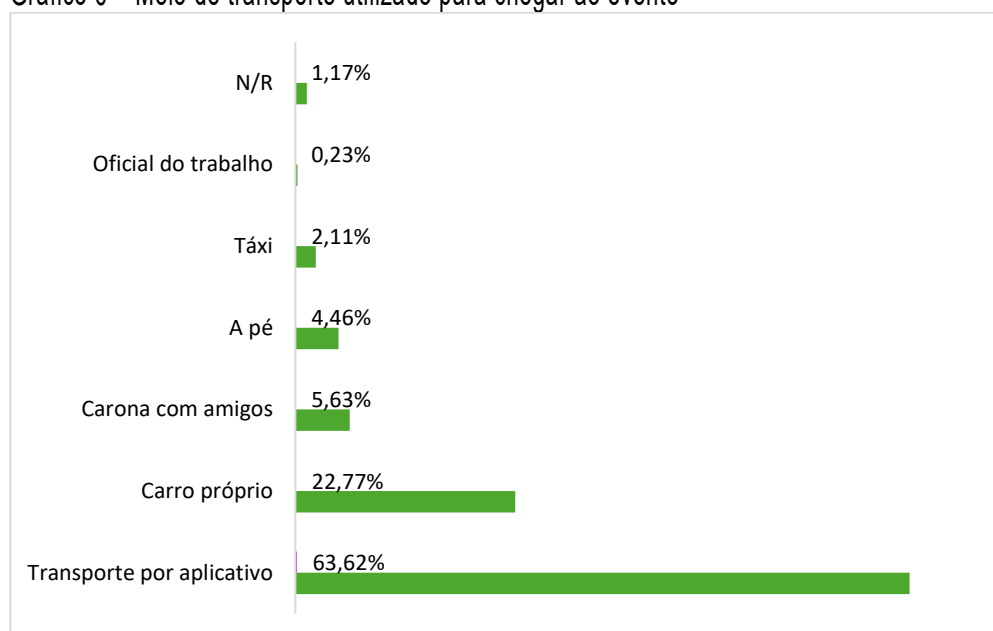


Tabela 11 – Como ficou sabendo do evento?

	Respondentes	%
Redes sociais	159	37,30%
Amigos	102	23,90%
Parentes	22	5,20%
Material gráfico promocional	15	3,50%
Rádio/TV	14	3,30%
Sócio do clube	10	2,30%
Já conhecia	9	2,10%
Trabalho	8	1,90%
Jornal/impresso	6	1,40%

**PESQUISA DE PERFIL E SATISFAÇÃO DO PARTICIPANTE DO PRÉ-CARNAVAL DE GOIÂNIA 2026**

Bar	5	1,20%
Patrocinador	3	0,70%
Organização	2	0,50%
Convidado	2	0,50%
Indicação	1	0,20%
Promotores	1	0,20%
Totem informativo	1	0,20%
Banda	1	0,20%
Sócio	1	0,20%
Não souberam responder	64	15,00%
<b>Total</b>	<b>426</b>	<b>100%</b>

Tabela 12 – Primeira vez no evento?

	Respondentes	%
Sim	145	34,40%
Não	266	62,44%
Não respondeu	15	3,52%
<b>Total</b>	<b>426</b>	<b>100,00%</b>

Gráfico 7 – Primeira vez no evento?

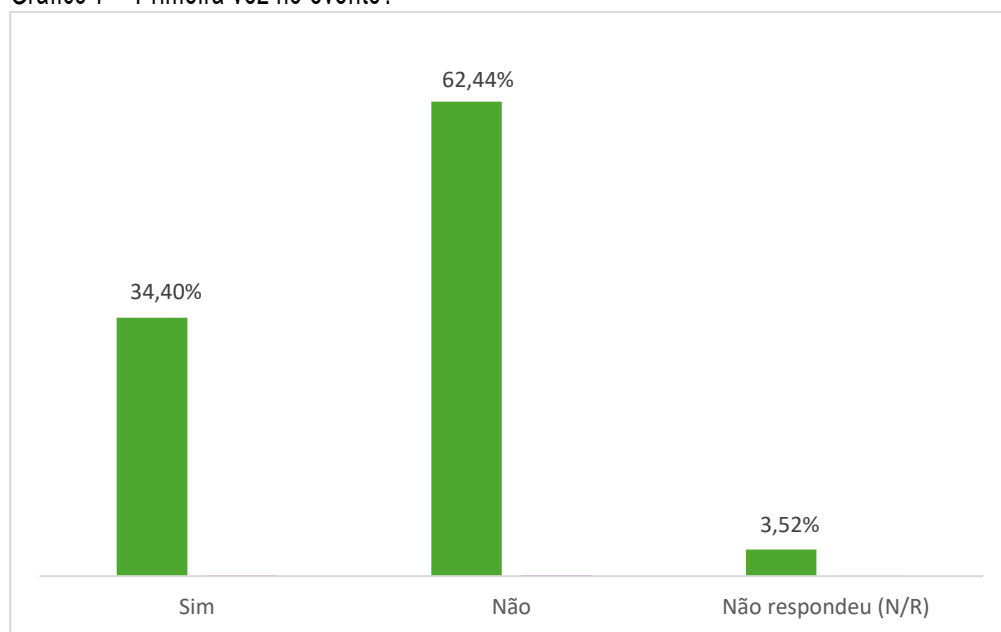


Tabela 13 – Caso não, quantas vezes já participou?

	Respondentes	%
2 vezes	74	27,82%
3 a 4 vezes	111	41,73%
5 a 6 vezes	29	10,90%
7 a 8 vezes	12	4,51%

**PESQUISA DE PERFIL E SATISFAÇÃO DO PARTICIPANTE DO PRÉ-CARNAVAL DE GOIÂNIA 2026**

9 a 10 vezes (10 vezes)	10	3,76%
Mais de 10 vezes	12	4,51%
Desde a primeira edição	7	2,63%
Muitas vezes (não soube quantificar)	11	4,14%
<b>Total</b>	<b>266</b>	<b>100%</b>

Gráfico 8 – Caso não, quantas vezes já participou?



Tabela 14 – Principal motivação para participar do Pré-Carnaval?

	Respondentes	%
Atração musical	134	31,46%
Evento tradicional / consolidado	111	26,06%
Boas recomendações	105	24,65%
Amigos / relações sociais	45	10,56%
Diversão / festa	8	1,88%
Open bar / bebida	3	0,70%
Trabalho / cortesia	3	0,70%
Não respondeu	17	3,99%
<b>Total</b>	<b>426</b>	<b>100%</b>

**PESQUISA DE PERFIL E SATISFAÇÃO DO PARTICIPANTE DO PRÉ-CARNAVAL DE GOIÂNIA 2026**

Tabela 15 – Pontos Fortes do Pré-Carnaval

<b>Categoria</b>	<b>Respostas</b>	<b>%</b>
Atração musical / Shows / Bandas / Cantores	75	25,70%
Bebida / Open Bar / Drinks / Cerveja gelada	68	23,30%
Organização	52	17,80%
Estrutura / Espaço / Infraestrutura / Conforto	28	9,60%
Comida / Alimentação / Open Food / Buffet	27	9,20%
Localização / Local	22	7,50%
Segurança	21	7,20%
Ambiente	18	6,20%
Público / Pessoas	17	5,80%
Evento no geral / Tudo / Evento maravilhoso	14	4,80%
Amigos / Encontrar amigos / Companhia	12	4,10%
Animação / Alegria / Diversão / Energia	11	3,80%
Programação musical	4	1,40%
Divulgação	3	1,00%
Tradição / Cultura goiana / Bloco raiz	3	1,00%
Abadá	3	1,00%
Decoração	2	0,70%
Climatização / Ar-condicionado	2	0,70%
Acessibilidade	1	0,30%
Outros	7	2,40%

Obs.: A categorização foi realizada com base em 292 questionários que apresentaram respostas para esse item. Por se tratar de uma pergunta aberta com possibilidade de múltiplos motivos, as respostas foram padronizadas por similaridade semântica e posteriormente agrupadas em categorias analíticas. Em alguns casos, um mesmo questionário apresentou mais de um motivo, sendo as respostas contabilizadas em categorias diferentes, o que explica o fato de o total de menções (390) ser superior ao número de questionários analisados.

PESQUISA DE PERFIL E SATISFAÇÃO DO  
PARTICIPANTE DO PRÉ-CARNAVAL DE GOIÂNIA 2026

Nuvem de Palavras 1 – Pontos Fortes do Pré-Carnaval



## PESQUISA DE PERFIL E SATISFAÇÃO DO PARTICIPANTE DO PRÉ-CARNAVAL DE GOIÂNIA 2026

Tabela 16 – Pontos de Melhoria do Pré-Carnaval

<b>Categoria</b>	<b>Respostas</b>	<b>%</b>
Banheiros (falta de água, estrutura precária, poucos sanitários)	48	18,75%
Espaço pequeno / Superlotação / Local apertado	32	12,50%
Limpeza / Lixo / Falta de lixeiras	29	11,33%
Comida (opção, qualidade, preço, open food)	26	10,16%
Estrutura geral (tendas, mesas, cobertura, climatização)	21	8,20%
Filas (entrada, bebida, comida)	14	5,47%
Bebidas (temperatura, variedade, reposição)	13	5,08%
Organização / Comunicação / Planejamento	12	4,69%
Atrações musicais (repertório, som, diversidade)	12	4,69%
Outros	10	3,91%
Divulgação	5	1,95%
Clima (calor, chuva)	5	1,95%
Logística / Acesso / Trânsito / Transporte	5	1,95%
Horário (início/término)	4	1,56%
Acessibilidade / Locomoção	3	1,17%
Segurança	3	1,17%
<b>Total</b>	<b>242</b>	<b>100%</b>

Obs.: Foram considerados 256 questionários válidos para este item. Por se tratar de uma pergunta aberta, as respostas foram padronizadas e agrupadas por similaridade semântica em categorias analíticas. Em alguns casos, múltiplas respostas de um mesmo questionário foram consolidadas em uma única categoria, o que explica o fato de o total de menções (242) ser inferior ao número de questionários analisados.

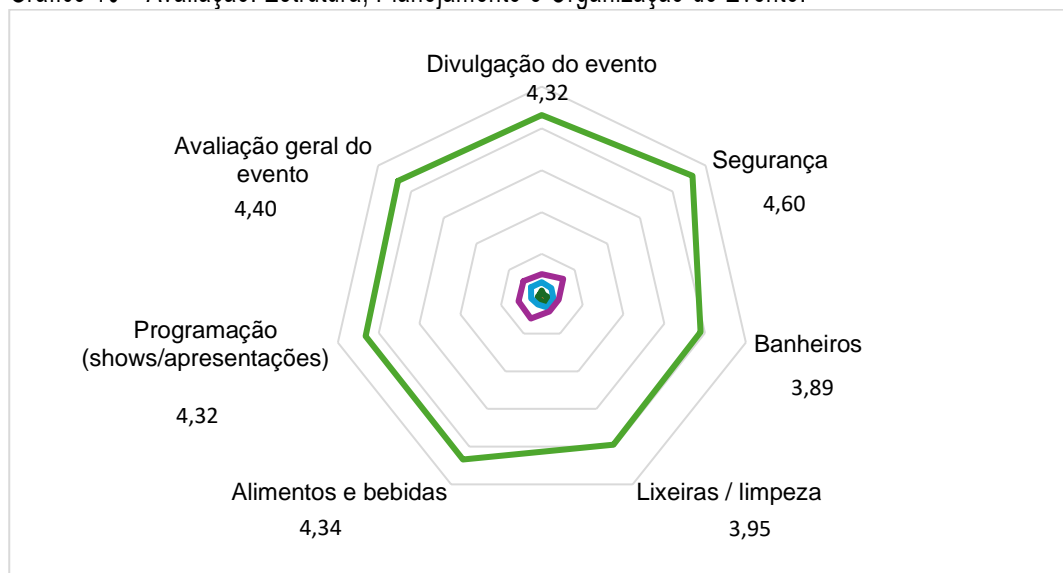


**PESQUISA DE PERFIL E SATISFAÇÃO DO PARTICIPANTE DO PRÉ-CARNAVAL DE GOIÂNIA 2026**

Tabela 17 – Avaliação: Estrutura, Planejamento e Organização do Evento.

	Péssimo	Ruim	Razoável	Bom	Ótimo	Total
Divulgação do evento	1,66%	1,10%	12,71%	32,60%	51,93%	4,32
Segurança	0,00%	0,00%	5,52%	29,28%	65,19%	4,60
Banheiros	7,24%	7,89%	15,13%	28,29%	41,45%	3,89
Lixeiras / limpeza	7,43%	2,86%	17,71%	30,86%	41,14%	3,95
Alimentos e bebidas	3,37%	2,25%	11,80%	22,47%	60,11%	4,34
Programação (shows/apresentações)	2,67%	3,74%	10,16%	26,20%	57,22%	4,32
Avaliação geral do evento	2,67%	1,07%	6,42%	33,16%	56,68%	4,40
<b>Média geral</b>						<b>4,26</b>

Gráfico 10 – Avaliação: Estrutura, Planejamento e Organização do Evento.



## PESQUISA DE PERFIL E SATISFAÇÃO DO PARTICIPANTE DO PRÉ-CARNAVAL DE GOIÂNIA 2026

### QUESTIONÁRIO DA PESQUISA



#### PESQUISA PERFIL E SATISFAÇÃO DO PARTICIPANTE DO PRÉ-CARNAVAL GOIÂNIA 2026

Pesquisador (a): \_\_\_\_\_

Data: 07/02/2026

1. Gênero: ( ) Masculino ( ) Feminino ( ) Prefiro não dizer      2. Idade: \_\_\_\_\_
3. Gastos do evento **DIÁRIO/INDIVIDUAL** (ingresso, customização abadá, salão, etc): \_\_\_\_\_
4. Renda Individual Mensal: \_\_\_\_\_ ( ) Prefiro não dizer
5. Estado de moradia? ( )GO ( )DF ( )MG ( ) Outro: \_\_\_\_\_
6. Município de moradia: ( )Goiânia ( )Aparecida de Goiânia ( )Brasília ( )Outro: \_\_\_\_\_
7. Você é: ( )Morador ( )Turista: pernoitou ( )Excursionista: fez bate e volta, não pernoitou

8. Se for turista, onde se hospedou? ( ) Pousada\Hotel ( ) Flat ( ) Casa amigos\parentes  
( ) Imóvel Próprio ( ) Airbnb ( ) Hostel ( ) Outro: \_\_\_\_\_      9. Número de Pernoites: \_\_\_\_\_

#### 10. Como ficou sabendo do Evento?

( ) Redes Sociais ( ) Material Gráfico Promocional ( ) Jornal ( ) Rádio/TV ( ) Outro: \_\_\_\_\_

11. Quantas vezes participou desse Pré-Carnaval Gyn? ( ) 1 ( ) 2 ( ) 3 ( ) Outro: \_\_\_\_\_

12. Qual foi sua principal motivação para participar do Carnaval? ( ) Atração Musical  
( ) Boas Recomendações ( ) Evento Tradicional /Consolidado ( ) Outro: \_\_\_\_\_

13. Meio de Transporte utilizado para chegar ao evento: ( ) Carro próprio ( ) Transporte por aplicativo  
( ) Táxi ( ) Moto Táxi ( ) Carona com amigos ( ) Outro: \_\_\_\_\_

#### 14. Avaliação: Estrutura do Evento, planejamento e organização do evento

	Ótimo (5)	Bom (4)	Razoável (3)	Ruim (2)	Péssimo (1)	Não se aplica (0)
Divulgação						
Segurança						
Banheiros						
Lixeiras/Limpeza						
Alimentos e Bebidas						
Programação (shows/apresentações artísticas)						
Avaliação geral do evento						

15. O que você mais gostou no evento Carnaval (pontos fortes)?

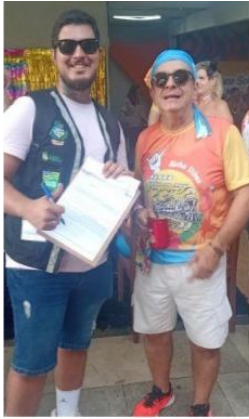
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

16. O que menos gostou no Evento Carnaval (pontos fracos)?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

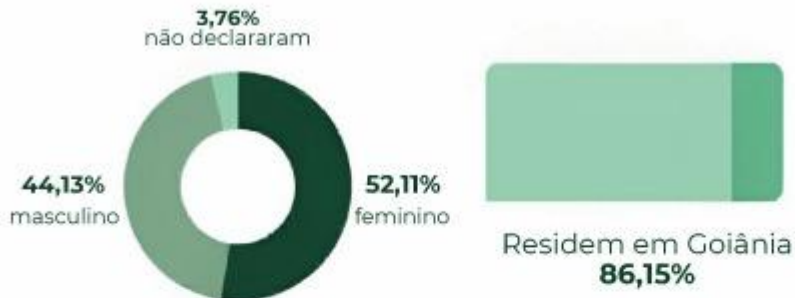
## PESQUISA DE PERFIL E SATISFAÇÃO DO PARTICIPANTE DO PRÉ-CARNAVAL DE GOIÂNIA 2026

### FOTOS



## PESQUISA DE PERFIL E SATISFAÇÃO DO PARTICIPANTE DO PRÉ-CARNAVAL DE GOIÂNIA 2026

# INFOGRÁFICO



Entre os turistas  
**62,86%**  
hospedaram-se  
na casa de  
amigos/parentes



**426**  
respondentes

idade média  
**42,64 anos**

renda média  
**R\$ 11.576,93**

média de pernoites  
**4,4 noites**



**37,3%**  
conheceram o evento  
via redes sociais