

PESQUISA DE PERFIL E SATISFAÇÃO DO PARTICIPANTE XXI CONGRESSO BRASILEIRO DE CIRURGIA DERMATOLÓGICA - 2019

GOVERNO ESTADUAL

Ronaldo Ramos Caiado

Governador do Estado de Goiás

Lincoln Graziani Pereira da Rocha

Vice-Governador

Wilder Pedro de Moraes

Secretaria de Indústria, Comércio e Serviços

AGÊNCIA ESTADUAL DE TURISMO – GOIÁS TURISMO

Fabício Borges Amaral

Presidente

Gustavo Faria Coutinho

Diretor de Gestão Integrada

DIRETORIA DE FOMENTO AO TURISMO

Valquíria Faria da Silva

Diretora de Fomento ao Turismo

Fernando Magalhães Filho

Gerente de Estudos, Pesquisa e Qualificação

Giovanna Adriana Tavares Gomes

Coordenadora do Observatório do Turismo do Estado de Goiás

Equipe de Apoio Técnico por Área

Alex Junior Fernandes de Oliveira (Jovem aprendiz)

Carlos Henrique Pereira de Freitas (Economia)

Enolainy Marques Campos Silva (Jovem aprendiz)

Evelyn Cristina Ribeiro Bucar (Geografia)

Giovanna Adriana Tavares Gomes (Turismo)

Paulo Sérgio Cardoso Pereira (Apoio/Tabulação de dados)

Rafael de Araújo Rosa (Estatística)

Rosimeire Pereira da Costa (Estatística)

Solange Pereira Silva (Design Gráfico)

Coordenadora da Pesquisa de Campo

Evelyn Cristina Ribeiro Bucar

Pesquisadores (as)

Pesquisadoras OVG/Voluntárias: Flávia Cristina, Gabriela Nunes, Laísa Morais,

Alexandre Severo, Ludmila Santos, Hemely Alves

Pesquisadores Fixos do Observatório do Turismo

Carlos Henrique Pereira de Freitas

Rosimeire Pereira da Costa

Relatório Técnico Estatístico

Giovanna Adriana Tavares Gomes

Rosimeire Pereira da Costa

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 Diretoria de Desenvolvimento de Pesquisa Turística e Eventos

A equipe técnica da Diretoria de Fomento ao Turismo composta por um Diretor, um Gerente, técnicos especialistas em Turismo, Estatística, Economia, Design e Geografia. O objetivo da equipe multidisciplinar da Diretoria 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 pela Diretoria e seus parceiros são disponibilizados no Site do Observatório do Turismo do Estado de Goiás (www.observatoriodoturismo.tur.br).

2 METODOLOGIA

2.1 Descrição da Pesquisa

Visando conhecer o perfil e a satisfação do participante do XXI Congresso Brasileiro de Cirurgia Dermatológica, o Observatório do Turismo realizou a pesquisa nos dias 02 a 04 de abril de 2019 no Centro de Convenções. Os formulários foram aplicados utilizando-se o formato impresso com perguntas abertas e fechadas. Para a Tabulação quantitativa foi utilizado o sistema de formulários do Google Drive. Os dados foram exportados para o Excel e analisados para gerar este relatório técnico. A avaliação qualitativa das respostas abertas foi feita pela ferramenta Wordclouds - trata-se de "nuvens de palavras" construídas a partir do texto com as respostas dos respondentes. De acordo com o organizador do evento o público do evento foi de aproximadamente 2.500 pessoas entre os quatro dias de evento. Foram entrevistados 194 participantes (amostra: 194 de 2.500). De acordo com essa amostra temos uma margem de erro de 6,7% em relação à amostra com um nível de significância de 5%.

3 DESTAQUES DA PESQUISA

- Foram realizadas 194 entrevistas com os participantes do evento.
- 82,5% dos respondentes são do gênero feminino.
- Média da renda individual mensal dos respondentes é de R\$ 14.996,16.
- 86,6% dos respondentes são turistas e 1,5% são excursionistas.
- 82,1% dos turistas se hospedaram em hotel.
- O número médio de pernoites foi de 3,67 noites.
- 48,5% dos respondentes, exceto moradores, foram pela primeira vez ao município de Goiânia.
- O gasto médio do participante foi de R\$ 1.837,78
- 96,4% dos respondentes indicariam a participação no evento para outras pessoas.
- Nota média da avaliação geral do evento foi de 4,47 (As notas da avaliação variam entre 1 e 5, sendo assim a satisfação dos respondentes ficou entre os conceitos: Bom e Ótimo).

4 RESULTADOS DAS ENTREVISTAS COM TURISTAS E EXCURSIONISTAS

Perfil do Entrevistado

Tabela 1: País de origem.

	Respondentes	%
Brasil	193	99,5%
Angola	1	0,5%
Total	194	100,0%

Tabela 2: Estado de origem.

	Respondentes	%
SP	54	27,8%
GO	34	17,5%
RJ	19	9,8%
DF	11	5,7%
MG	11	5,7%
BA	9	4,6%
ES	7	3,6%
SC	6	3,1%
MT	5	2,6%
PR	5	2,6%
RS	5	2,6%
AM	4	2,1%
CE	4	2,1%
PE	4	2,1%
PB	4	2,1%

PA	3	1,5%
TO	2	1,0%
MS	2	1,0%
RN	2	1,0%
AL	1	0,5%
PI	1	0,5%
Não se Aplica (Respondente mora na Angola)	1	0,5%
Total	194	100,0%

Tabela 3: Cidade de origem.

	Respondentes	%
São Paulo	38	19,6%
Goiânia	23	11,9%
Rio de Janeiro	13	6,7%
Brasília	11	5,7%
Salvador	8	4,1%
Belo Horizonte	7	3,6%
Vitória	6	3,1%
Recife	4	2,1%
Porto Alegre	4	2,1%
Ribeirão Preto	4	2,1%
Manaus	4	2,1%
João Pessoa	4	2,1%
Curitiba	3	1,5%
Campinas	3	1,5%
Fortaleza	3	1,5%
Belém	3	1,5%
Botucatu	3	1,5%
Natal	2	1,0%
Niterói	2	1,0%
Florianópolis	2	1,0%
Trindade	2	1,0%
São Luís de Montes Belos	2	1,0%
Cuiabá	2	1,0%
Palmas	2	1,0%
Campo Grande	2	1,0%
Joinville	2	1,0%
Indaiatuba	1	0,5%
Rondonópolis	1	0,5%
Cabo Frio	1	0,5%
Blumenau	1	0,5%
São José do Vale do Rio Preto	1	0,5%
Valinhos	1	0,5%
Angras dos Reis	1	0,5%
Canabrava do Norte	1	0,5%

Araguari	1	0,5%
Anápolis	1	0,5%
Santa Cruz de Goiás	1	0,5%
Londrina	1	0,5%
Ijuí	1	0,5%
Maceió	1	0,5%
Pirenópolis	1	0,5%
Cianorte	1	0,5%
Primavera do Leste	1	0,5%
Monte Carmelo	1	0,5%
Caldas Novas	1	0,5%
Cidade de Goiás	1	0,5%
Rio Verde	1	0,5%
Correntina	1	0,5%
Guaxupé	1	0,5%
Osasco	1	0,5%
São Caetano do Sul	1	0,5%
Avaré	1	0,5%
Hidrolândia	1	0,5%
Passo Fundo	1	0,5%
Teresina	1	0,5%
Pato de Minas	1	0,5%
Iúna	1	0,5%
Petrópolis	1	0,5%
Votuporanga	1	0,5%
Juazeiro do Norte	1	0,5%
Luanda	1	0,5%
Total	194	100,0%

Tabela 4: Cidades distribuídas de acordo com o Estado de origem.

Estado/Cidade		Estado/Cidade	
SP	54	Iúna	1
São Paulo	38	SC	6
Ribeirão Preto	4	Joinville	2
Botucatu	3	Florianópolis	2
Campinas	3	Porto Alegre	1
São Caetano do Sul	1	Blumenau	1
Votuporanga	1	MT	5
Valinhos	1	Cuiabá	2
Indaiatuba	1	Canabrava do Norte	1
Avaré	1	Rondonópolis	1
Osasco	1	Primavera do Leste	1
GO	34	PR	5
Goiânia	23	Curitiba	3
São Luís de Montes Belos	2	Londrina	1
Trindade	2	Cianorte	1
Rio Verde	1	RS	5

Cidade de Goiás	1	Porto Alegre	3
Santa Cruz de Goiás	1	Ijuí	1
Caldas Novas	1	Passo Fundo	1
Pirenópolis	1	AM	4
Anápolis	1	Manaus	4
Hidrolândia	1	CE	4
RJ	19	Fortaleza	3
Rio de Janeiro	13	Juazeiro do Norte	1
Niterói	2	PE	4
São José do Vale do Rio Preto	1	Recife	4
Cabo Frio	1	PB	4
Angras dos Reis	1	João Pessoa	4
Petrópolis	1	PA	3
DF	11	Belém	3
Brasília	11	TO	2
MG	11	Palmas	2
Belo Horizonte	7	MS	2
Pato de Minas	1	Campo Grande	2
Monte Carmelo	1	RN	2
Araguari	1	Natal	2
Guaxupé	1	AL	1
BA	9	Maceió	1
Salvador	8	PI	1
Correntina	1	Teresina	1
ES	7	Não se Aplica (Respondente mora na Angola)	1
Vitória	6	Luanda	1
Total Geral 194			

Tabela 5: Gênero.

	Respondentes	%
Feminino	160	82,5%
Masculino	34	17,5%
Total	194	100,0%

Gráfico 1: Gênero.

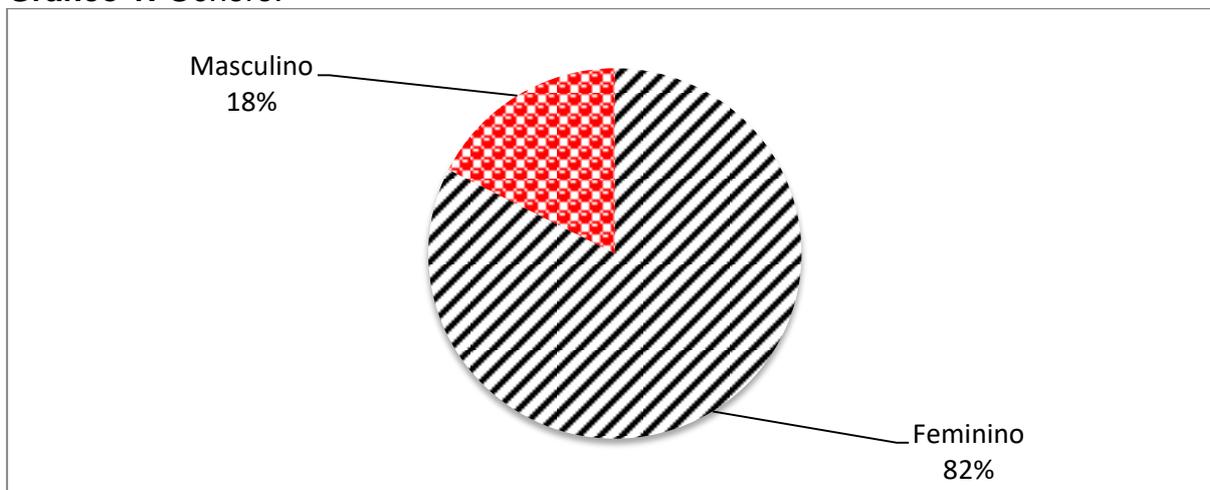


Tabela 6: Faixa etária.

	Respondentes	%
18 a 24 anos	9	4,6%
25 a 31 anos	51	26,3%
32 a 40 anos	63	32,5%
41 a 50 anos	44	22,7%
51 a 59 anos	20	10,3%
60 anos ou +	7	3,6%
Total Geral	194	100,0%
Média Geral	38,24	

Gráfico 2: Faixa etária.

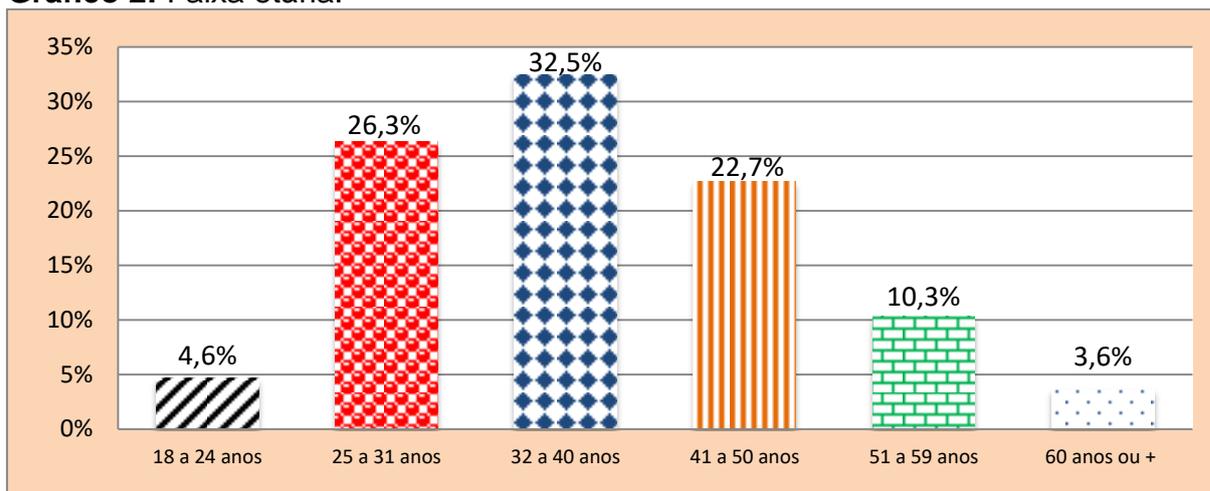


Tabela 7: Renda mensal individual.

	Respondentes	%
Sem Renda	5	2,58%
Até 5 Salários Mínimos	13	6,70%
De 5 até 10 Salários Mínimos	24	12,37%

De 10 até 15 Salários Mínimos	18	9,28%
De 15 até 20 Salários Mínimos	19	9,79%
De 20 até 25 Salários Mínimos	25	12,89%
Mais de 25 Salários Mínimos	17	8,76%
Não Responderam	73	37,63%
Total	194	100,00%
Renda Média Geral	R\$ 14.996,16	

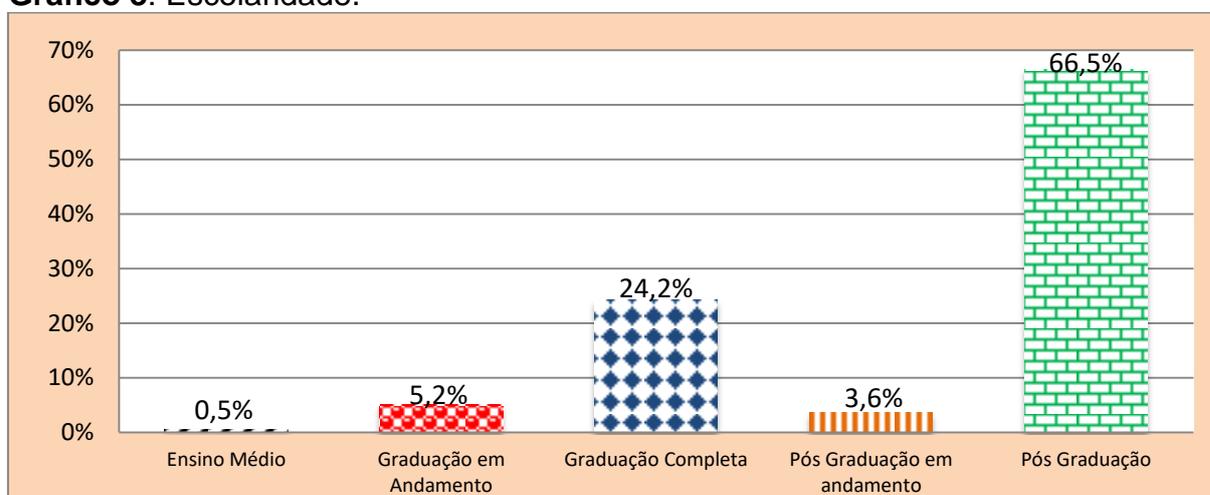
Tabela 8: Profissão.

	Respondentes	%
Médico (a)	135	69,6%
Farmacêutico (a)	7	3,6%
Estudante	7	3,6%
Representante Comercial	5	2,6%
Propagandista	5	2,6%
Esteticista	3	1,5%
Coordenador (a) de Eventos	3	1,5%
Empresário (a)	3	1,5%
Administrador (a)	3	1,5%
Consultor (a) de Negócios	2	1,0%
Promotor (a)	2	1,0%
Vendedor (a)	2	1,0%
Assistente de Eventos	1	0,5%
Consultor Médico	1	0,5%
Produtora de Eventos	1	0,5%
Esteticista/Biomédica	1	0,5%
Gerente Distrital de Visita Médica	1	0,5%
Técnico Operacional	1	0,5%
Nutricionista	1	0,5%
Cabeleireiro	1	0,5%
Enfermeira	1	0,5%
Publicitária	1	0,5%
Cosmetóloga	1	0,5%
Química	1	0,5%
Biomédico	1	0,5%
Eletricista	1	0,5%
Funcionária Pública	1	0,5%
Expositora	1	0,5%
Advogada	1	0,5%
Total	194	100,0%

Tabela 9: Escolaridade.

	Respondentes	%
Ensino Médio	1	0,5%
Graduação em Andamento	10	5,2%
Graduação Completa	47	24,2%
Pós Graduação em andamento	7	3,6%
Pós Graduação	129	66,5%
Total	194	100,0%

Gráfico 3: Escolaridade.



Características da Viagem

Tabela 10: Proporção de respondentes que visitaram Goiânia pela primeira vez.

	Respondentes	%
Não é a primeira visita	88	51,5%
Primeira visita	83	48,5%
Total	171	100,0%

Gráfico 4: Proporção de respondentes que visitaram Goiânia pela primeira vez.

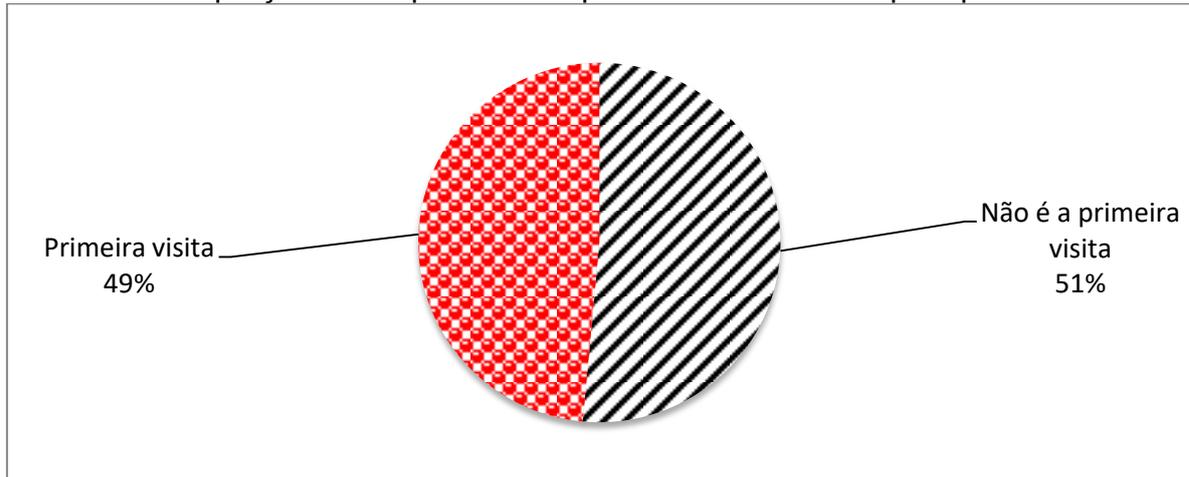


Tabela 11: Principal interesse de participar do XXI Congresso Brasileiro de Cirurgia Dermatológica.

	Categoria	Respondentes	%
1ª Opção	Uma conveniente circunstância para aprender	132	71,4%
2ª Opção	Uma excelente oportunidade para fazer network	78	42,2%
3ª Opção	Uma forma de sair da rotina e conhecer um novo destino turístico	63	34,1%

Tabela 12: Situação de pernoite no município de Goiânia.

	Respondentes	%
Pernotaram na cidade	168	98,2%
Não pernoitaram na cidade	3	1,8%
Total	171	100,0%

Gráfico 5: Situação de pernoite no município de Goiânia.

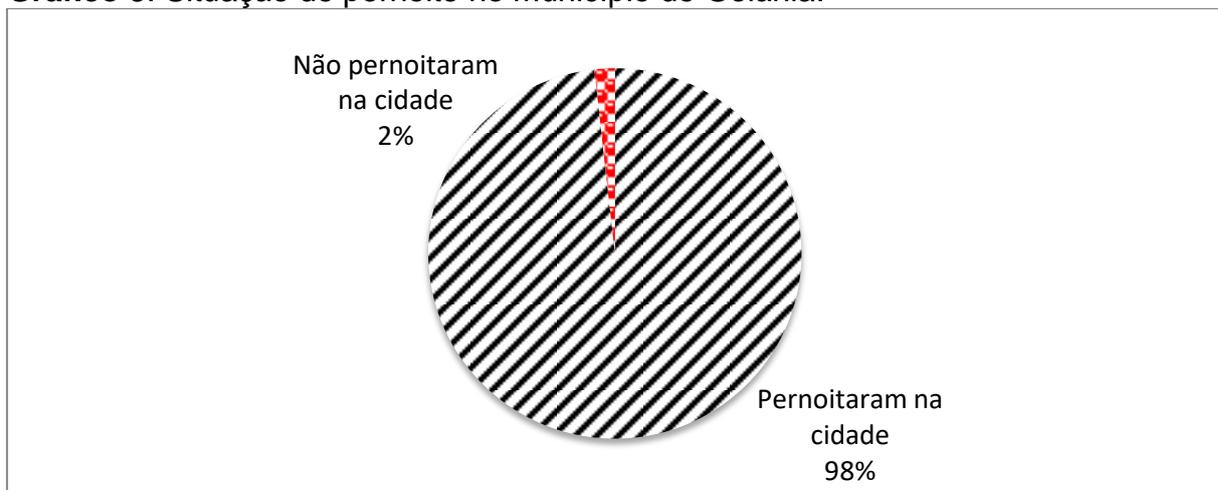


Tabela 13: Empreendimento de hospedagem dos entrevistados que pernoveram no município.

	Respondentes	%
Hotel	138	82,1%
Casa de Amigos\Parentes	17	10,1%
Airbnb	4	2,4%
Casa Própria	2	1,2%
Apartamento Alugado	1	0,6%
Não Responderam	6	3,6%
Total	168	100,0%

Tabela 14: Número de pernoveres.

	Respondentes	%
1 a 2 pernoveres	14	8,3%
3 a 4 pernoveres	116	69,0%
5 a 6 pernoveres	27	16,1%
Acima de 6 pernoveres	3	1,8%
Não Responderam	8	4,8%
Total	168	100,0%
Média	3,67	

Tabela 15: Meio de transporte utilizado para chegar ao município de Goiânia.

	Respondentes	%
Avião	144	84,2%
Veículo Próprio	21	12,3%
Ônibus	3	1,8%
Carona	1	0,6%
Não Responderam	2	1,2%
Total	171	100,0%

Tabela 16: Meio de transporte utilizado para o transfer in-out Aeroporto/ Local de Hospedagem / Local de Hospedagem /Aeroporto.

	Respondentes	%
Uber	88	61,1%
Táxi	36	25,0%
Receptivo Contratado	15	10,4%
Carona	3	2,1%
Carro alugado	1	0,7%
Não Respondeu	1	0,7%
Total	144	100,0%

Tabela 17: Meio de transporte utilizado para o transfer in-out Local de Hospedagem/Centro de Convenções/Centro de Convenções/ Local de Hospedagem.

	Respondentes	%
Uber	72	42,9%
Receptivo Contratado	47	28,0%

A pé	15	8,9%
Táxi	15	8,9%
Veículo Próprio	13	7,7%
Carona	4	2,4%
Van	1	0,6%
Não Respondeu	1	0,6%
Total	168	100,0%

Tabela 18: Pretensão de aproveitar a estadia e conhecer destinos turísticos próximos de Goiânia.

	Respondentes	%
Não pretendem conhecer outros destinos turísticos	150	89,3%
Pretendem conhecer outros destinos turísticos	18	10,7%
Total	168	100,0%

Tabela 19: Destinos turísticos que os respondentes pretendem conhecer.

	Respondentes	%
Caldas Novas	7	38,9%
Cidade de Goiás	6	33,3%
Anápolis	1	5,6%
Pirenópolis	1	5,6%
Chapada dos Veadeiros	1	5,6%
Não Responderam	2	11,1%
Total	18	100,0%

Gastos

Tabela 20: Previsão do gasto médio do participante do evento.

	Total Gasto	Pessoas Incluídas	Média
Hospedagem	R\$ 97.205,00	100	R\$ 972,05
Alimentação	R\$ 44.350,00	120	R\$ 369,58
Atrativos	R\$ 8.050,00	18	R\$ 447,22
Compras/Souvenirs	R\$ 51.470,00	34	R\$ 1.513,82
Transporte/Combustível	R\$ 52.486,00	109	R\$ 481,52
Outros Gastos	R\$ 6.055,00	12	R\$ 504,58
Total	R\$ 268.316,00	146	R\$ 1.837,78

Obs.: O valor 146 é o total de pessoas incluídas em todos os gastos. No que se refere à média geral dos gastos o cálculo foi feito da seguinte forma: Total dos gastos ÷ pelo número total de pessoas incluídas.

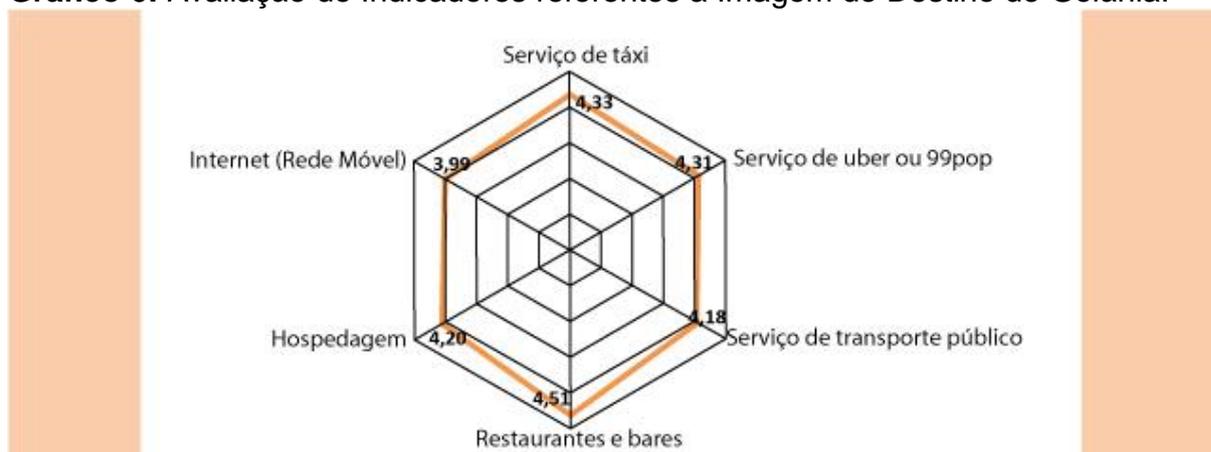
Avaliações

Tabela 21: Avaliação de Indicadores referentes a Imagem do Destino de Goiânia.

	Péssimo	Ruim	Razoável	Bom	Ótimo	Nota Média
Serviço de táxi	0,0%	0,0%	5,7%	55,7%	38,6%	4,33
Serviço de uber ou 99pop	1,4%	2,2%	5,8%	45,3%	45,3%	4,31
Serviço de transporte público	9,1%	9,1%	0,0%	18,2%	63,6%	4,18
Restaurantes e bares	0,0%	2,2%	4,3%	34,1%	59,4%	4,51
Hospedagem	2,6%	0,7%	11,2%	44,7%	40,8%	4,20
Internet (Rede Móvel)	1,2%	5,3%	17,2%	46,2%	30,2%	3,99
Nota Média Geral						4,25

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

Gráfico 6: Avaliação de Indicadores referentes a Imagem do Destino de Goiânia.



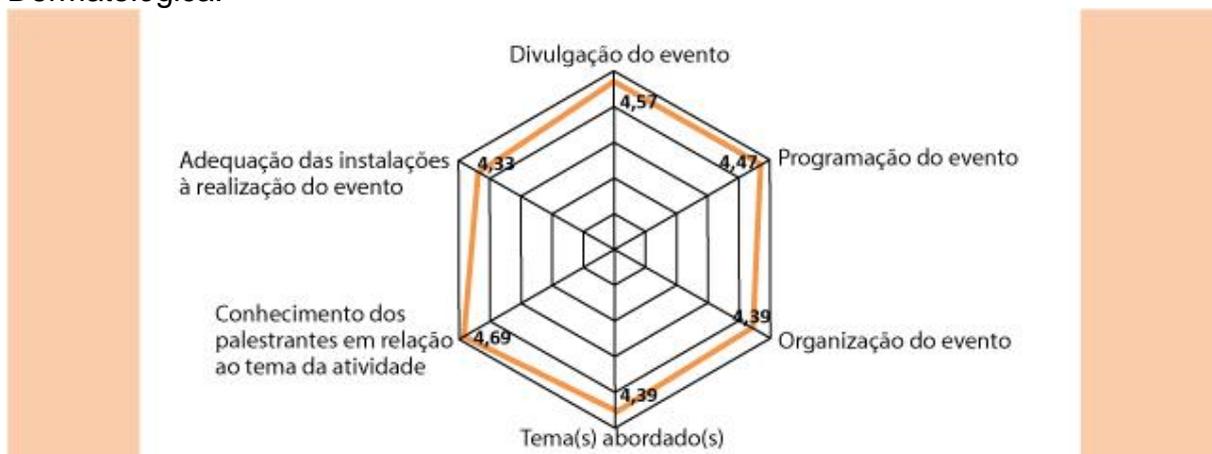
Obs.: As notas da avaliação variam entre 1 e 5, sendo: (1) Péssimo, (2) Ruim, (3) Razoável, (4) Bom e (5) Ótimo.

Tabela 22: Avaliação dos Indicadores do XXI Congresso Brasileiro de Cirurgia Dermatológica.

	Péssimo	Ruim	Razoável	Bom	Ótimo	Nota Média
Divulgação do evento	0,0%	1,1%	5,3%	29,1%	64,6%	4,57
Programação do evento	1,1%	0,6%	7,8%	31,3%	59,2%	4,47
Organização do evento	1,1%	1,6%	10,1%	31,4%	55,9%	4,39
Tema(s) abordado(s)	1,2%	0,6%	8,2%	38,2%	51,8%	4,39
Conhecimento dos palestrantes em relação ao tema da atividade	0,0%	0,0%	1,8%	27,8%	70,4%	4,69
Adequação das instalações à realização do evento	1,1%	2,6%	13,2%	28,9%	54,2%	4,33
Nota Média Geral						4,47

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

Gráfico 7: Avaliação dos Indicadores do XXI Congresso Brasileiro de Cirurgia Dermatológica.



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

Expectativas

Tabela 23: Proporção de respondentes que indicariam a participação no evento para outras pessoas.

	Respondentes	%
Indicariam a participação no evento	187	96,4%
Não indicariam a participação no evento	7	3,6%
Total	194	100,0%

Gráfico 8: Proporção de respondentes que indicariam a participação no evento para outras pessoas.

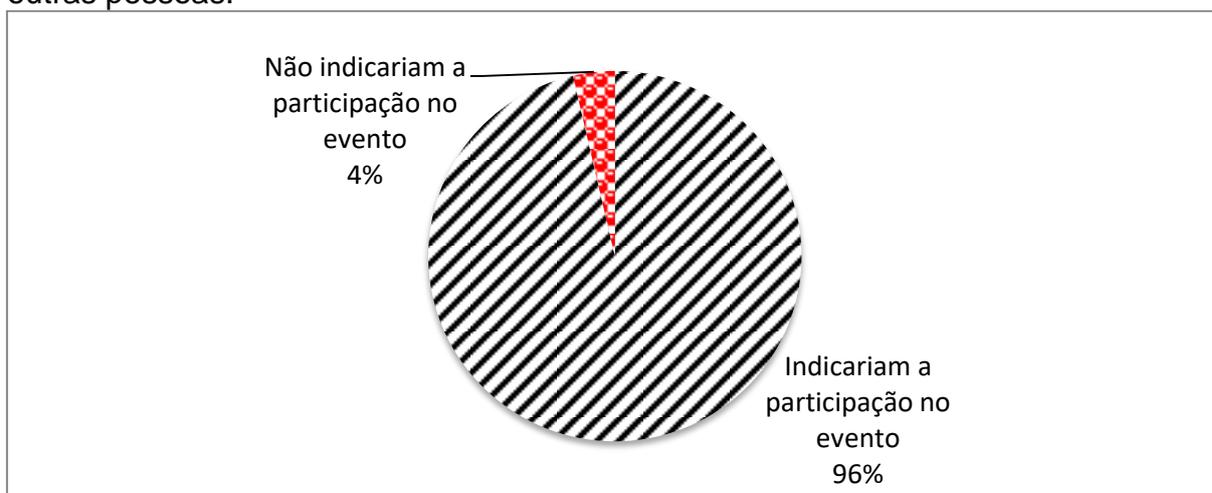


Tabela 24: Motivo pelo o qual indicariam a participação no evento para outras pessoas.

	Respondentes
Organização	6
Atualização	5
Pelo conhecimento	3
Adquirir Conhecimento	3
Conhecimento	3
Aprendizado	2
Qualidade do evento	2
O conhecimento é sempre importante, esse evento possui marcas bem conceituadas	1
Pela qualidade	1
Anunciar produtos, vender mais	1
Aprendizagem, Variedade de estandes	1
Aprendizado e atualização	1
Atendeu as expectativas	1
O evento foi organizado, Cidade bem receptiva	1
Abrange temas interessantes, as palestras são boas	1
Ótimo evento para dermatologistas	1
Atualização científica	1
Pelo network; Pelos laboratórios no evento	1
Bem organizado, É uma única sala para as palestras	1
Não está muito lotado, e por isso gostou	1
Boa organização do evento	1
O evento é bom	1
Boa organização e temas abordados	1
Oportunidade de aprendizagem, conhecer gente nova	1
Bom aproveitamento para os dermatologistas	1
Organizado e pelo conhecimento	1
Bom conteúdo e para se atualizar	1
Pela infraestrutura e a palestra	1
Bom para aprendizagem	1
Pelas aulas, Cronograma	1
Bom para fazer negócios	1
Porque a organização está ok, tudo organizado, O povo de Goiânia é bem receptivo	1
Completo, realizado, O nível dos profissionais tem muito a acrescentar	1
A atualização do conhecimento	1
Congresso é bom, e esse é o maior	1
Network	1
Conhecer a cidade	1
O evento é ampliado; Atualização	1
Conhecer novos produtos	1
O evento é legal	1
Conhecer novos produtos do mercado	1
O nível científico é muito bom	1
Adquirir mais conhecimento e oportunidade	1
Oportunidade de conhecimento no mundo inovador	1
Conhecimento científico	1
Organização excelente e novidade	1
Conhecimento e aprendizagem na área	1

Ótima experiência	1
Conhecimento e network	1
Para conhecer novos produtos no mercado e fazer atualização	1
Conhecimento na área da beleza	1
Pela programação, Organização, Temas elaborados	1
Conhecimento na área de cosméticas e novidades	1
Pela qualidade do evento, da formação científica	1
Conhecimento no mercado cosmético	1
Adorou o evento e a organização	1
Conhecimento, Cidade de boa	1
Por causa da organização e dos palestrantes	1
Conteúdo	1
Porque está tudo ótimo	1
Desde que mudasse a organização do evento	1
Um evento de grande valor, atendendo as expectativas	1
Divulgar os produtos	1
É um congresso	1
É um congresso muito bom e temos muitas coisas novas	1
Amo o evento, Muita novidade e aprendizagem	1
É um evento extremamente organizado sala única, Palestras inéditas, com convidados internacionais	1
O evento consagrado na área	1
Evento bem organizado e oportunidade de conhecimento	1
O evento é bem organizado	1
Evento grande de conhecimento	1
O evento é bom, pois traz temas coerentes a profissão	1
Evento organizado, diversificado	1
O evento é rico em conhecimento científico e contribui para o crescimento da área	1
Evento ótimo para o aprendizado	1
O network é importante	1
Evento proveitoso	1
Oportunidade de aprendizado	1
Evento traz conhecimentos, mas específicos da área	1
Oportunidade de conhecimento	1
Excelência da organização	1
Oportunidade de network, Ampliar conhecimentos, Conhecer novos produtos	1
Excelente oportunidade na área	1
Organização e local	1
Excelente organização e boa estrutura	1
Organização, muitas pessoas, comprometimento	1
Excelente tema e oportunidade no mercado	1
Organizado, Cidade boa	1
Excelentes marcas apresentadas	1
Ótimo assunto abordado, e oportunidade	1
Focado na área	1
Ótima fonte de conhecimento	1
Foi o evento de dermatologia mais completo que eu já participei	1
Para diversificar os temas	1
Gostou tanto do evento quanto da cidade	1
Pela penalidade do evento	1
Grande oportunidade no mercado de trabalho e cosmético	1

Tabela 25: Motivo pelo o qual não indicariam a participação no evento para outras pessoas.

	Respondentes
Todo mundo que eu conheço está aqui	1
Temas não são interessantes	1
Todos já conhecem o evento	1
Não gostei das palestras	1
Tem que ter temas de cirurgia, e esse evento não possui	1
Não Responderam	2
Total	7

mundo conheço
palestras
cirurgia aqui
saotertodos
conhecem
gostei evento. todo
possui
temas
interessantes

INSTRUMENTO DE PESQUISA



Pesquisa: Perfil e Satisfação dos participantes de Cirurgia Dermatológica

Pesquisador: _____ Data _____

1. Gênero: () Masculino () Feminino 1.1. Idade: _____ 1.2. Profissão: _____

1.3. Qual sua origem? UF: _____ Município: _____ País: _____

1.4. Primeira vez em Goiânia? () Sim () Não. Se não, QUANTAS VEZES JÁ ESTEVE EM GOIÂNIA: _____

1.5. Renda individual mensal? _____

1.6. Escolaridade: () Ensino Fundamental () Ensino Médio () Graduação em andamento () Graduação Completa () Pós Graduação () Outra: _____

2. Qual foi seu principal interesse em participar deste congresso? Enumere de acordo com seus critérios pessoais e por ordem de importância (1º, 2º e 3º) o que considera significativo no Evento:

() Uma excelente oportunidade para fazer network.

() Uma conveniente circunstância para aprender.

() Uma forma de sair da rotina e conhecer um novo destino turístico.

3. Se for turista, onde está hospedado(a)? () Hotel () Pousada () Casa amigos/Parentes () Airbnb () Outros _____

3.1. NÚMERO DE PERNOITES: _____

4. Qual o meio de Transporte utilizado para chegar a Goiânia? _____

4.1. Qual meio de transporte utilizado para seu transfer in- out Aeroporto/hotel/hotel/aeroporto:

() receptivo contratado () Uber () táxi () outro _____

4.2. Qual meio de transporte utilizado para seu transfer in-out hotel/centro de convenções/centro de convenções/hotel:

() receptivo contratado () Uber () táxi () outro _____

4.3. Pretende aproveitar sua estadia e conhecer destinos turísticos próximos de Goiânia. () sim () não. Se sim, qual desses:

() Pirenópolis () Caldas Novas () Cidade de Goiás () Trindade () outro: _____

5. Detalhamento da previsão de gastos individuais em sua estadia em Goiânia:

	Não se aplica
Hospedagem – R\$	
Alimentação – R\$	
Atrativos _ R\$	
Transporte/- R\$	
Compras /souvenirs – R\$	
Outros gastos/detalhamento – R\$	
Total de gastos – R\$	

6. Avaliação dos serviços utilizados na Cidade de Goiânia:

	5 - Ótimo	4 - Bom	3 - Regular	2 - Ruim	1 - Péssimo	0 - Não se aplica
1 - Serviço de Táxi						
2 - Serviço de Uber ou 99Pop						
3 - Serviço de transporte público						
4 - Restaurantes e bares						
5 - Hospedagem						
6 - Internet (Rede Móvel)						

7. Para cada item, assinale a opção que melhor reflete sua opinião no que se refere à Pesquisa: Perfil e Satisfação dos participantes de Cirurgia Dermatológica Sendo: 5 - Ótimo, 4 - Bom, 3 - Razoável, 2 - Ruim, 1 - Péssimo e 0 - Não se aplica.

	5	4	3	2	1	0
1. Divulgação do Evento.						
2. Programação do Evento.						
3. Organização do Evento.						
4. Tema(s) abordado(s).						
5. Conhecimento do(s) palestrante(s) em relação ao(s) tema(s) da(s) atividade(s).						
6. Adequação das instalações à realização do evento.						

8. Você indicaria a outras pessoas a participação neste evento? Sim () Não (). Justifique sua resposta:

FOTOS



Fonte: Observatório do Turismo do Estado de Goiás

INFOGRÁFICO

XXI CONGRESSO BRASILEIRO DE CIRURGIA DERMATOLÓGICA - 2019

