



# Pesquisa de Perfil e Satisfação do Participante Expo Turismo Goiás 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 Voluntárias: Luana Regina e Zilmara Texeira

Pesquisadores da OVG: Túllyo de Moraes Silveira, Wesley Rodrigues de Sousa

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](http://www.observatoriodoturismo.tur.br)).

## 2 METODOLOGIA

### 2.1 Descrição da Pesquisa

Visando conhecer o perfil e a satisfação do participante do Expor Turismo, o Observatório do Turismo realizou a pesquisa no dia 19 de julho 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 1.000 pessoas entre os três dias de evento. Foram entrevistados 100 participantes (amostra: 100 de 1.000). De acordo com essa amostra temos uma margem de erro de 9,3% em relação à amostra com um nível de significância de 5%.

### 3 DESTAQUES DA PESQUISA

- Foram realizadas 100 entrevistas com os participantes do evento.
- 57,0% dos respondentes são do gênero feminino.
- Média da renda individual mensal dos respondentes é de R\$ 4.473,77.
- 16,0% dos respondentes são turistas e 24,0% são excursionistas.
- 56,3% dos turistas se hospedaram em hotel.
- O número médio de pernoites foi de 1,91 noites.
- 12,5% dos respondentes, exceto moradores, foram pela primeira vez ao município de Goiânia.
- O gasto médio do participante foi de R\$ 451,01.
- 98,0% dos respondentes indicariam a participação no evento para outras pessoas.
- Nota média da avaliação geral do evento foi de 4,25 (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 - CIDADÃO, TURISTAS E EXCURSIONISTAS

#### Perfil do Entrevistado

**Tabela 1:** País de origem.

	Respondentes	%
Brasil	100	100,0%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100,0%</b>

**Tabela 2:** Estado de origem.

	Respondentes	%
GO	84	84,0%
DF	8	8,0%
RJ	2	2,0%
SP	2	2,0%
MG	2	2,0%
MT	1	1,0%
BA	1	1,0%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100,0%</b>

**Tabela 3:** Cidade de origem.

	Respondentes	%
Goiânia	60	60,0%
Brasília	8	8,0%
Anápolis	3	3,0%
Aparecida de Goiânia	2	2,0%
Rio de Janeiro	2	2,0%

São Paulo	2	2,0%
Senador Canedo	2	2,0%
Trindade	2	2,0%
Caldas Novas	2	2,0%
Alexânia	2	2,0%
Salvador	1	1,0%
Teresina de Goiás	1	1,0%
Belo Horizonte	1	1,0%
Vila Rica	1	1,0%
Uberlândia	1	1,0%
Bela Vista de Goiás	1	1,0%
Santo Antônio de Goiás	1	1,0%
Paraúna	1	1,0%
Cidade de Goiás	1	1,0%
Pirenópolis	1	1,0%
Corumbá de Goiás	1	1,0%
Pontalina	1	1,0%
Cristalina	1	1,0%
Caçu	1	1,0%
Jaraguá	1	1,0%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100,0%</b>

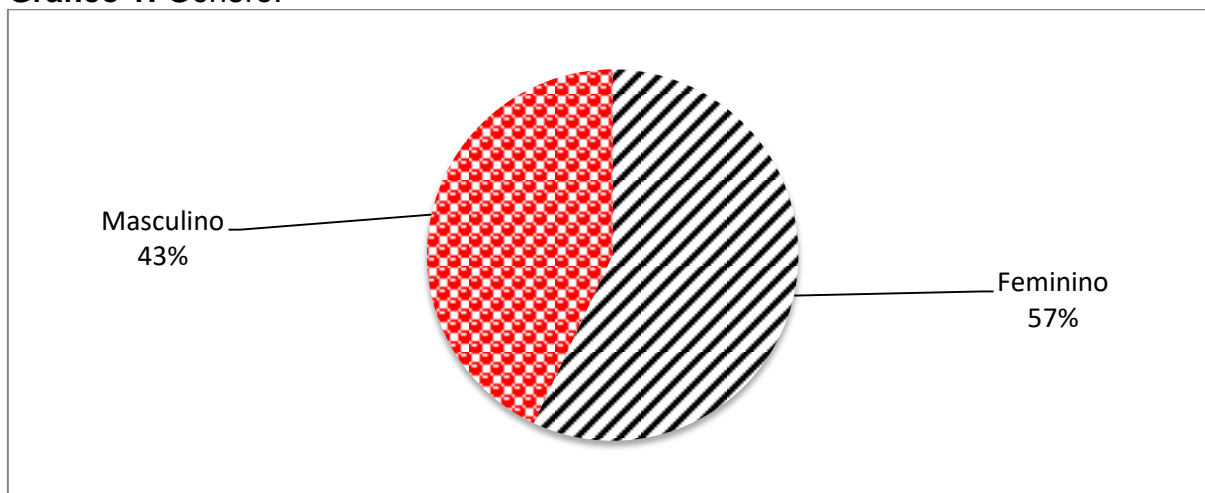
**Tabela 4:** Cidades distribuídas de acordo com o Estado de origem.

Estado/Cidade		Estado/Cidade	
<b>GO</b>	<b>84</b>	Corumbá de Goiás	1
Goiânia	60	Paraúna	1
Anápolis	3	Cristalina	1
Caldas Novas	2	<b>DF</b>	<b>8</b>
Trindade	2	Brasília	8
Senador Canedo	2	<b>RJ</b>	<b>2</b>
Aparecida de Goiânia	2	Rio de Janeiro	2
Alexânia	2	<b>SP</b>	<b>2</b>
Santo Antônio de Goiás	1	São Paulo	2
Pirenópolis	1	<b>MG</b>	<b>2</b>
Teresina de Goiás	1	Uberlândia	1
Caçu	1	Belo Horizonte	1
Pontalina	1	<b>MT</b>	<b>1</b>
Bela Vista de Goiás	1	Vila Rica	1
Cidade de Goiás	1	<b>BA</b>	<b>1</b>
Jaraguá	1	Salvador	1
<b>Total Geral 100</b>			

**Tabela 5:** Gênero.

	Respondentes	%
Feminino	57	57,0%
Masculino	43	43,0%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100,0%</b>

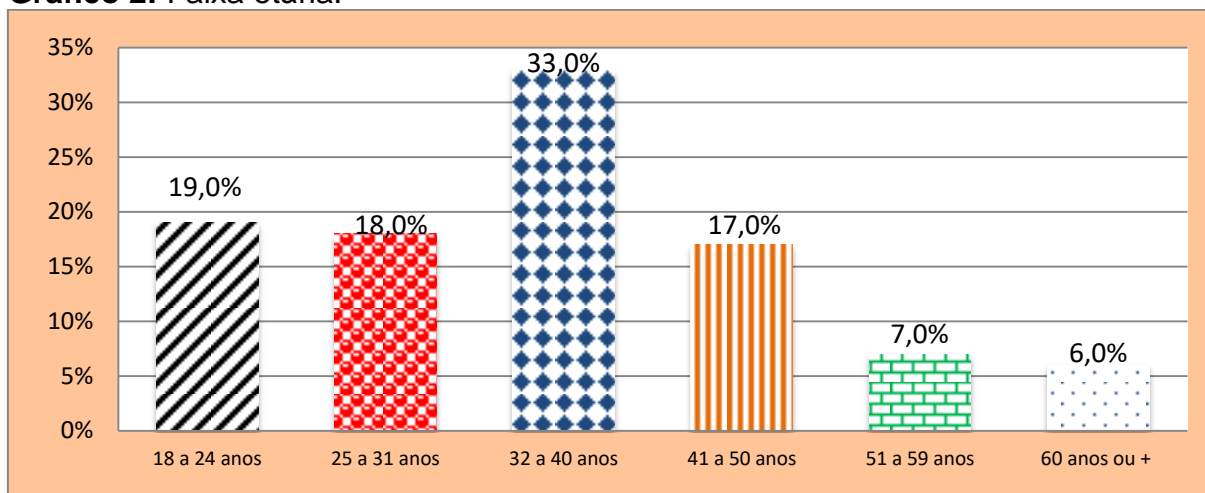
**Gráfico 1: Gênero.**



**Tabela 6: Faixa etária.**

	Respondentes	%
18 a 24 anos	19	19,0%
25 a 31 anos	18	18,0%
32 a 40 anos	33	33,0%
41 a 50 anos	17	17,0%
51 a 59 anos	7	7,0%
60 anos ou +	6	6,0%
<b>Total Geral</b>	<b>100</b>	<b>100,0%</b>
<b>Média Geral</b>	<b>36,42</b>	

**Gráfico 2: Faixa etária.**



**Tabela 7: Renda mensal individual.**

	Respondentes	%
Sem Renda	13	13,0%
Até 2 Salários Mínimos	17	17,0%
De 2 até 4 Salários Mínimos	23	23,0%

De 4 até 6 Salários Mínimos	12	12,0%
De 6 até 8 Salários Mínimos	8	8,0%
De 8 até 10 Salários Mínimos	5	5,0%
Mais de 10 Salários Mínimos	6	6,0%
Não Responderam	16	16,0%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100,0%</b>
<b>Renda Média Geral</b>	<b>R\$ 4.473,77</b>	

**Tabela 8:** Profissão.

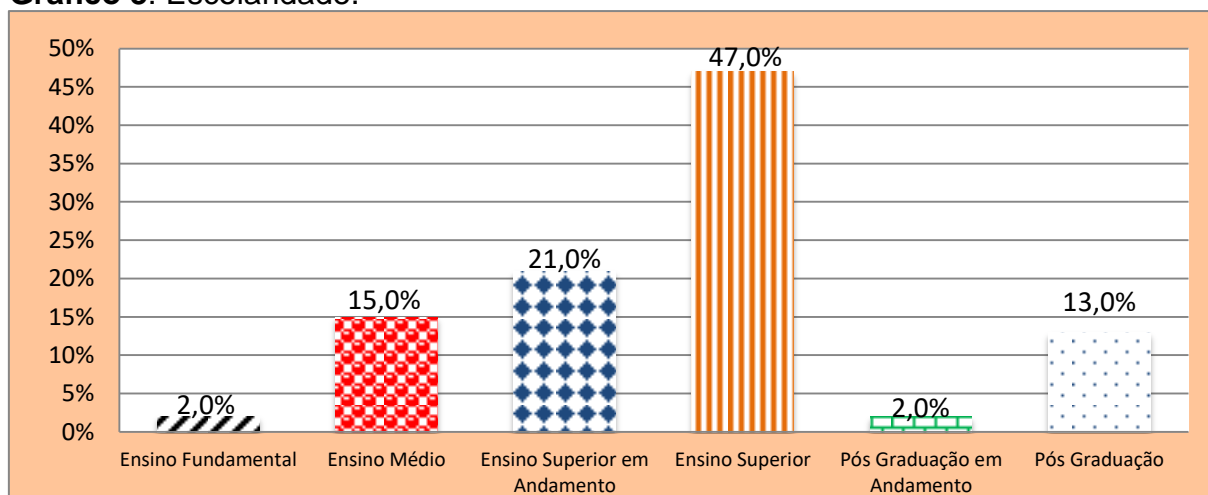
	Respondentes	%
Estudante	15	15,0%
Agente de Viagens	13	13,0%
Turismólogo (a)	12	12,0%
Empresário (a)	8	8,0%
Funcionário (a) Público (a)	7	7,0%
Professor (a)	3	3,0%
Psicóloga	3	3,0%
Agente de Turismo	3	3,0%
Guia de Turismo	2	2,0%
Jornalista	2	2,0%
Diretor	2	2,0%
Secretária	2	2,0%
Representante Comercial	1	1,0%
Coordenadora de turismo/Agente de turismo	1	1,0%
Assistente de Escritório	1	1,0%
Economista	1	1,0%
Comerciante	1	1,0%
Eletricista	1	1,0%
Executiva de Vendas	1	1,0%
Consultora Comercial	1	1,0%
Gerente de Contas	1	1,0%
Palestrante	1	1,0%
Desempregada	1	1,0%
Autônomo	1	1,0%
Publicitária	1	1,0%
Piloto	1	1,0%
Secretário de Turismo	1	1,0%
Auxiliar Administrativo	1	1,0%
Assistente Contábil	1	1,0%
Recepcionista	1	1,0%
Administrador em Turismo	1	1,0%
Biomédica	1	1,0%
Artesã	1	1,0%
Segurança	1	1,0%

Empresário/Funcionário Público	1	1,0%
Vendedor	1	1,0%
Engenheira	1	1,0%
Estagiária	1	1,0%
Não Responderam	2	2,0%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100,0%</b>

**Tabela 9:** Escolaridade.

	Respondentes	%
Ensino Fundamental	2	2,0%
Ensino Médio	15	15,0%
Ensino Superior Incompleto	21	21,0%
Ensino Superior	47	47,0%
Pós Graduação Incompleta	2	2,0%
Pós Graduação	13	13,0%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100,0%</b>

**Gráfico 3:** Escolaridade.



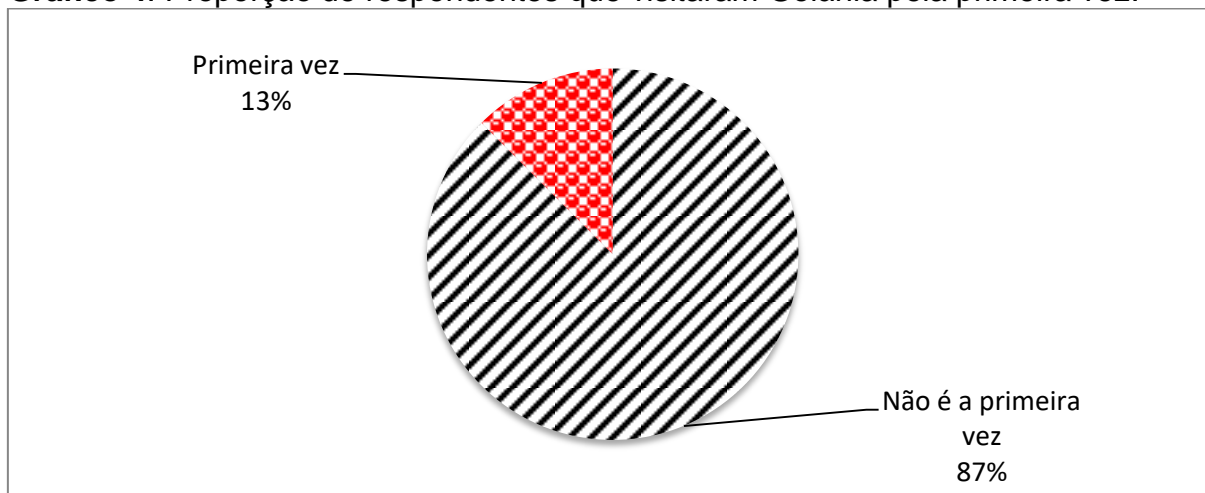
### Características da Viagem

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

	Respondentes	%
Não é a primeira vez	35	87,5%
Primeira vez	5	12,5%
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100,0%</b>



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



**Tabela 11:** Quantidade de vezes que os respondentes que já estiveram em Goiânia, visitaram a cidade.

	Respondentes	%
3 vezes	2	5,7%
5 vezes	1	2,9%
10 vezes	1	2,9%
Mais de 10 vezes	17	48,6%
Sempre	14	40,0%
<b>Total</b>	<b>35</b>	<b>100,0%</b>

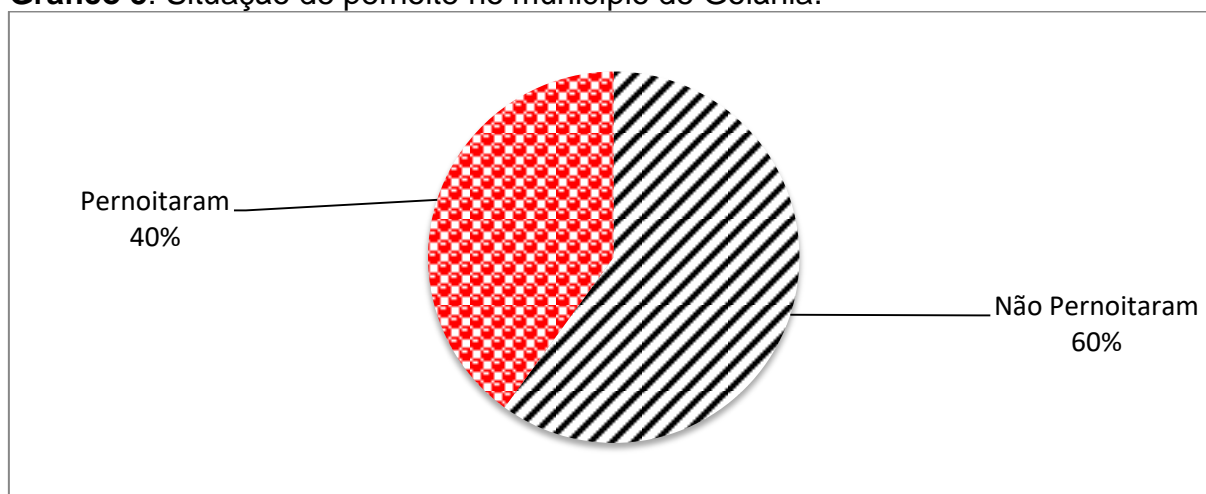
**Tabela 12:** Principal interesse de participar do Expo Turismo, segundo a ordem de importância.

Ordem de Importância		Número de Respostas	%
1°	Uma excelente oportunidade para fazer network	35	36,8%
2°	Uma excelente oportunidade para fazer network	29	30,5%
3°	Uma conveniente circunstância para aprender no ExporTurismo	28	29,5%

**Tabela 13:** Situação de pernoite no município de Goiânia.

	Respondentes	%
Não Pernoitaram	24	60,0%
Pernoitaram	16	40,0%
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100,0%</b>

**Gráfico 5:** Situação de pernoite no município de Goiânia.



**Tabela 14:** Empreendimento de hospedagem dos entrevistados que pernoitaram no município.

	Respondentes	%
Hotel	9	56,3%
Casa de Amigos\Parentes	6	37,5%
Não Respondeu	1	6,3%
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>100,0%</b>

**Tabela 15:** Número de pernoites.

	Respondentes	%
1 pernoite	6	37,5%
2 pernoites	3	18,8%
4 pernoites	1	6,3%
5 pernoites	1	6,3%
Não Responderam	5	31,3%
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>100,0%</b>
<b>Média</b>	<b>1,91</b>	

**Tabela 16:** Meio de transporte utilizado para chegar ao município de Goiânia.

	Respondentes	%
Veículo Próprio	28	0,0%
Avião	6	15,0%
Ônibus	5	12,5%
Veículo Oficial	1	2,5%
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100,0%</b>

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

	Respondentes	%
Uber	3	50,0%
Táxi	1	16,7%
Receptivo Contratado	1	16,7%
Não Respondeu	1	16,7%
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100,0%</b>

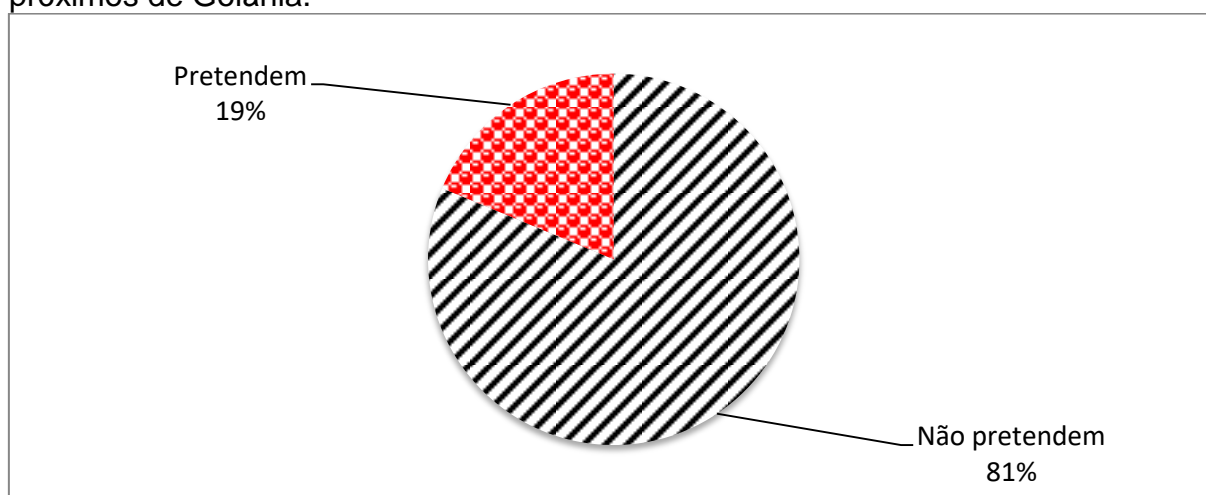
**Tabela 18:** Meio de transporte utilizado para o transfer in-out Local de Hospedagem/Centro de Convenções/Centro de Convenções/ Local de Hospedagem.

	Respondentes	%
Veículo Próprio	9	56,3%
Uber	4	25,0%
Veículo Oficial	1	6,3%
Carona	1	6,3%
Táxi	1	6,3%
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>100,0%</b>

**Tabela 19:** Pretensão de aproveitar a estadia e conhecer destinos turísticos próximos de Goiânia.

	Respondentes	%
Não pretendem	13	81,3%
Pretendem	3	18,8%
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>100,0%</b>

**Gráfico 6:** Pretensão de aproveitar a estadia e conhecer destinos turísticos próximos de Goiânia.



**Tabela 20:** Destinos turísticos que os respondentes pretendem conhecer nesta viagem.

	Número de Respostas	%
Pirenópolis	2	66,7%
Caldas Novas	2	66,7%
Cidade de Goiás	2	66,7%
Trindade	1	33,3%
Itumbiara	1	33,3%

### Gastos

**Tabela 21:** Previsão do gasto médio do participante do evento.

	Total Gasto	Pessoas Incluídas	Média
Hospedagem	R\$ 5.265,00	9	R\$ 585,00
Alimentos e bebidas	R\$ 3.204,50	26	R\$ 123,25
Atrativos	R\$ 150,00	1	R\$ 150,00
Compras/Souvenirs	R\$ 75,00	3	R\$ 25,00
Transporte/Combustível	R\$ 6.219,00	24	R\$ 259,13
Outros Gastos	R\$ 421,00	5	R\$ 84,20
<b>Total</b>	<b>R\$ 15.334,50</b>	<b>34</b>	<b>R\$ 451,01</b>

**Obs.:** O valor 34 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.

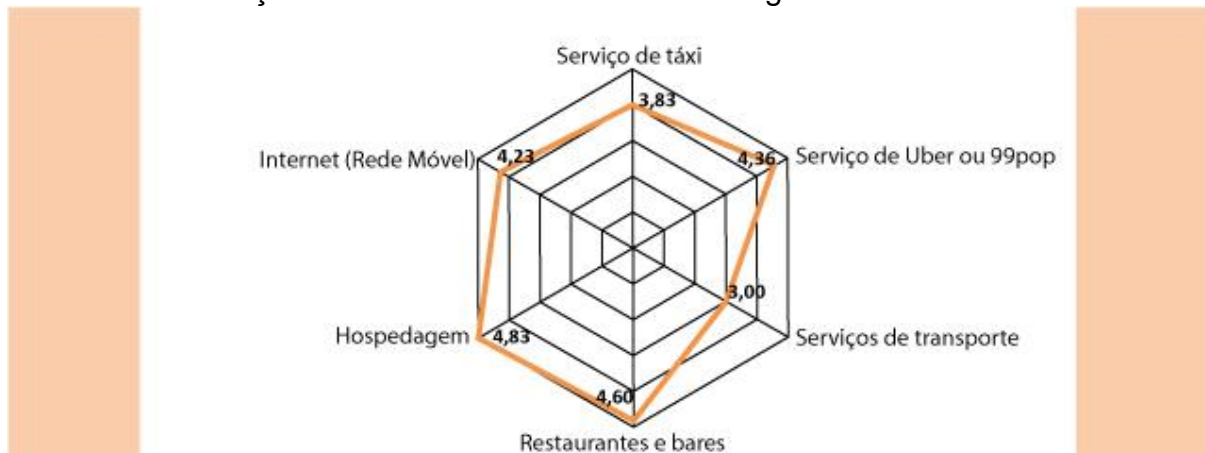
### Avaliações

**Tabela 22:** Avaliação de indicadores referentes a Imagem do Destino de Goiânia.

	Péssimo	Ruim	Razoável	Bom	Ótimo	Nota Média
Serviço de táxi	0,00%	0,00%	33,33%	50,00%	16,67%	3,83
Serviço de Uber ou 99pop	0,00%	0,00%	9,09%	45,45%	45,45%	4,36
Serviços de transporte público	50,00%	0,00%	0,00%	0,00%	50,00%	3,00
Restaurantes e bares	4,00%	0,00%	4,00%	36,00%	60,00%	4,60
Hospedagem	8,33%	0,00%	0,00%	25,00%	75,00%	4,83
Internet (Rede Móvel)	3,33%	3,33%	6,67%	40,00%	46,67%	4,23
<b>Nota Média Geral</b>						<b>4,14</b>

**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 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 23:** Avaliação dos indicadores do Expo Turismo.

	Péssimo	Ruim	Razoável	Bom	Ótimo	Nota Média
Divulgação do Evento	8,25%	6,19%	13,40%	25,77%	46,39%	3,96
Programação do Evento	1,06%	4,26%	22,34%	37,23%	35,11%	4,01
Organização do Evento	0,00%	2,04%	9,18%	37,76%	51,02%	4,38
Tema(s) abordado(s)	2,56%	5,13%	19,23%	39,74%	33,33%	3,96
Conhecimento dos palestrantes em relação ao(s) tema(s) da(s) atividade(s)	0,00%	0,00%	13,79%	44,83%	41,38%	4,28
Adequação das instalações à realização do evento	0,00%	0,00%	3,06%	33,67%	63,27%	4,60
Expositores (produtos e serviços apresentados)	0,00%	3,09%	4,12%	22,68%	70,10%	4,60
<b>Nota Média Geral</b>						<b>4,25</b>

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

**Gráfico 8:** Avaliação dos indicadores do Expo Turismo.



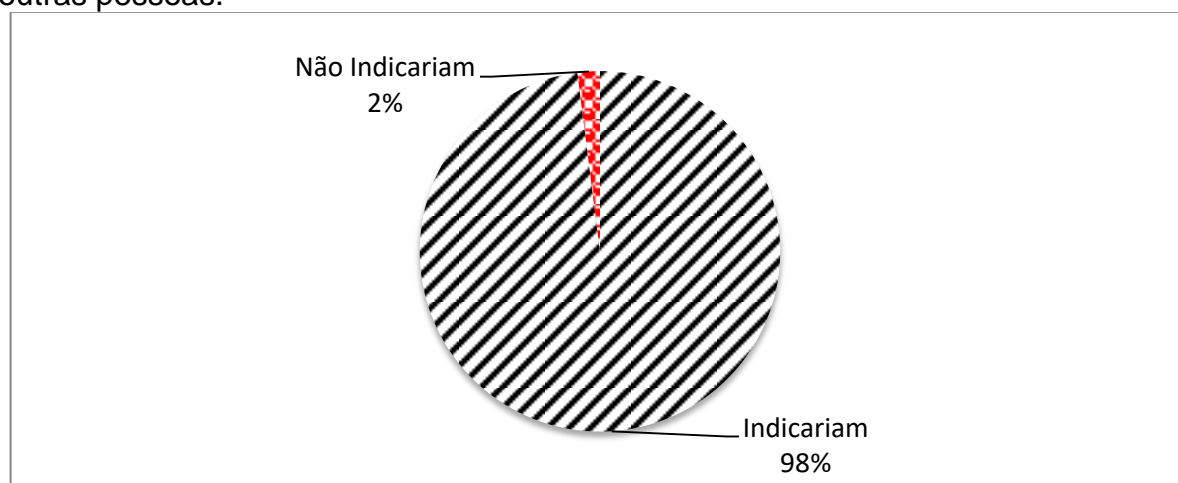
**Obs.:** As notas da avaliação variam entre 1 e 5, sendo: (1) Péssimo, (2) Ruim, (3) Razoável, (4) Bom e (5) Ótimo.

### Expectativas

**Tabela 24:** Proporção de respondentes que indicariam a participação no evento para outras pessoas.

	Respondentes	%
Indicariam	98	98,0%
Não indicariam	2	2,0%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100,0%</b>

**Gráfico 9:** Proporção de respondentes que indicariam a participação no evento para outras pessoas.



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

	Respondentes
Conhecimento	13
Organização	2
Network	2
Negócios, Conhecimento	2
Trocas de experiências, e de relações	1
Para conhecer	1
Oportunidade de conhecimento mais amplo sobre os negócios	1
Bom resultado	1
Pelo que foi apresentado	1
Conhecer mais as opções turísticas do Estado, Realização de negócios	1
Oportunidade	1
Conhecer mais o turismo	1
Ausência de clientes do tipo, divulgação do Centro Oeste	1
Conhecer os lugares de ecoturismo	1
Para ter conhecimento	1
Ambiente com estrutura ideal para quem tem interesse na área de turismo	1
Por pontos turísticos, ou seja, melhorar divulgação dos pontos turísticos de Goiás	1
Conhecimento adquirido com o evento	1
Uma forma de aprendizado	1
Conhecimento de novas possibilidades de turismo, Novas tendências	1
Oportunidade de ampliar a visão de negócios	1
Conhecimento e entrosamento	1
Oportunidade de negócio	1
Conhecimento e fechar parcerias	1
Ótima oportunidade	1
Conhecimento e parcerias	1

Para conhecer, divulgar o próprio negócio	1
Conhecimento gerais	1
Pela organização, conteúdo e oportunidade de business	1
Conhecimento, Aprendizado	1
Pessoas que trabalham no ramo tem que buscar informações para divulgar mais o turismo	1
Conhecimento, Divulgação	1
Tem que existir um apoio, e ter mais opções de hotéis	1
Voltada mais para visibilidade do negócio	1
Turismo é um bom ramo de negócios	1
Aprendizado, Network	1
Boa divulgação, Conhecimento, Buscar melhorias no serviço prestado ao cliente	1
Aumentar, crescer, divulgar, continuidade	1
Divulgação dos negócios	1
Network, Aprender coisas novas	1
Essas feiras são muitas importantes para parcerias, Produtos, Serviços	1
O evento é bom para o turismo e ganhar conhecimento	1
Evento bom, elemento culturais	1
Oportunidade de adquirir conhecimento	1
Excelente oportunidade de divulgação	1
Oportunidade de conhecer pessoas, Fazer negócios até mesmo para quem não é da área	1
Excelente oportunidade para a área	1
Oportunidade de conhecimento na área	1



Experiência	1
Oportunidades de fazer negócios	1
Fazer diversos negócios	1
Organização boa	1
Fazer negócios	1
Para as pessoas da área é muito importante, Ferramenta para network	1
Fazer network	1
Para conhecer e apoiar a Secretaria de Turismo de Goiânia	1
Feira proporciona a chance de network	1
Para melhorar o próximo	1
Foi agradável	1
Pela exposição e network	1
Importância do segmento	1
Pelo ambiente, qualidade, dinâmica, acesso e infraestrutura	1
Importância para conhecimento	1
Pelo resultado da área	1
Importante conhecer o nosso turismo pois é importante a divulgação do turismo em Goiás	1
Por conhecimento, Novas parcerias	1
Importante para a divulgação do evento e do trabalho	1
Porque ele traz conhecimento do turismo em Goiás	1
Importante, mas precisa de mais divulgação	1
Toda a ideia que vem a somar, tem que ser divulgada	1
Informação útil	1
Turismo	1
Interessante para o aprendizado	1
Turismo é uma potência em qualquer lugar	1

Momento de celebrar a valorização do turismo, Network	1
Valorização do turismo	1
Não só pela tecnologia, mas pela receptividade e estrutura	1
Abranger o conhecimento do turismo	1
Negociações	1
<b>Total</b>	<b>94</b>



**Tabela 26:** Motivo pelo o qual não indicariam a participação no evento para outras pessoas.

	Respondentes	%
Muito fraco	1	50,0%
Não Respondeu	1	50,0%
<b>Total</b>	<b>2</b>	<b>100,0%</b>

## INSTRUMENTO DE PESQUISA



Pesquisa:  
EXPO TURISMO 2019

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, 3º e 4º) o que considera significativo no Evento:

( ) Uma excelente oportunidade para fazer network.

( ) Uma conveniente circunstância para aprender no Expo turismo.

( ) Realizar negócios na Expo turismo.

( ) Outro: \_\_\_\_\_

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

3.1. NÚMERO DE PERNITES: \_\_\_\_\_

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 EXPO TURISMO. 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) pelos palestrantes.						
5. Conhecimento do(s) palestrante(s) em relação ao(s) tema(s) da(s) atividade(s).						
6. Adequação das instalações à realização do evento.						
7. Expositores (produtos e serviços apresentados)						

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

# ExpoTurismo Goiás 2019



57,0% dos respondentes são do gênero feminino



Média da renda individual mensal dos respondentes é de R\$ 4.473,77



O gasto médio do participante foi de R\$ 451,01



16,0% dos respondentes são turistas e 24,0% são excursionistas



56,3% dos turistas se hospedaram em hotel



O número médio de pernoites foi de 1,91 noites



12,5% dos respondentes, exceto moradores, foram pela primeira vez ao município de Goiânia



98,0% dos respondentes indicariam a participação no evento para outras pessoas



Nota média da avaliação geral do evento foi de 4,25 (As notas da avaliação variam entre 1 e 5, sendo assim a satisfação dos respondentes ficou entre os conceitos: Bom e Ótimo)