

# **Pesquisa de Perfil e Satisfação do Participante 1º Festival Gastronômico do Vale da Serra da Mesa-GO 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

**DIRETORIA DE FOMENTO AO TURISMO**

**Gustavo Faria Coutinho**

**Sonea Stival**

Coordenadora de Gastronomia

**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)

Ennolainy 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**

Carleane Pereira

**Pesquisadores (as)**

Pesquisadores voluntários vinculados a Associação Amigos do Turismo Niquelândia  
– GO (AATURNIQ)

**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 Fomento ao Turismo

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)).

### 1.2 1º Festival Gastronômico do Vale da Serra da Mesa

Nos dias 11 e 12 de outubro foi realizado no Casarão, situado no Centro Histórico de Niquelândia o 1º Festival Gastronômico de Niquelândia, com o tema: Josephinas – Comida de Tradição – Festival Gastronômico do Vale da Serra da Mesa. O evento faz parte do Programa “Rotas Gastronômicas”, lançado pela Goiás Turismo, e visa alinhar Sustentabilidade, Inclusão Social e Empreendedorismo. Durante o evento o público participante teve a oportunidade de saborear diversos pratos doces e salgados próprios da comunidade, feitos com produtos regionais, como o Arroz Serra, Negra, Carne de Garimpeiro com Cuscuz, Casal Raiz, Bolo de Cuia e Quebrador de Flor Josephina’s. Além da boa comida durante o festival houve espaço para apresentações culturais e artísticas, como a do Grupo de Orquestra Lírios do Vale, Orquestra de Violões Sinfonia do Cerrado, shows com cantores locais e apresentação de grupo de congadas.

## METODOLOGIA

### 2.1 Descrição da Pesquisa

A pesquisa foi solicitada pela Associação Amigos do Turismo Niquelândia – GO (AATURNIQ) e tem como objetivo conhecer o perfil e a satisfação do participante do 1º Festival Gastronômico do Vale da Serra da Mesa. O Observatório

do Turismo em parceria com a AATURNIQ de Niquelândia realizou pesquisa com o público participante, nos dias 11 e 12 de outubro de 2019 no município de Niquelândia conforme acordado. 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 a AATURNIQ, o público do evento foi de aproximadamente 7.500 pessoas entre os três dias de evento. Foram entrevistados 101 participantes do evento (população) - (amostra: 101 de 7.500 da população representam 1,3% do público participante). De acordo com essa amostra temos um erro de 9,7% em relação à amostra.

## 2 DESTAQUES DA PESQUISA

- Foram entrevistadas 101 pessoas que participaram do evento.
- 56,4% dos respondentes são do gênero feminino.
- Média de salário dos respondentes: R\$ 2.964,74.
- 46,5% dos respondentes são turistas e 1,0% são excursionistas.
- 53,2% dos turistas se hospedaram em casa de amigos ou parentes.
- O número médio de pernoites foi de 3,08 noites.
- 52,5% dos respondentes tiveram acesso a divulgação do evento através das redes sociais.
- Nota média da avaliação geral do evento foi de 4,03 (As notas da avaliação variam entre 1 e 5, sendo assim a satisfação dos respondentes ficou entre os conceitos: Bom e Ótimo).

## 3 RESULTADOS DAS ENTREVISTAS COM TURISTAS E EXCURSIONISTAS

### Perfil do Entrevistado

**Tabela 1:** País de origem.

	Respondentes	%
Brasil	101	100,0%
<b>Total</b>	<b>101</b>	<b>100,0%</b>

**Tabela 2:** Estado de origem.

	Respondentes	%
GO	93	92,1%
SP	2	2,0%
MG	2	2,0%
DF	1	1,0%
TO	1	1,0%
PR	1	1,0%
PB	1	1,0%
<b>Total</b>	<b>101</b>	<b>100,0%</b>

**Tabela 3:** Cidade de origem.

	Respondentes	%
Niquelândia	53	52,5%
Goiânia	15	14,9%
Uruaçu	10	9,9%
Goianésia	4	4,0%
Anápolis	2	2,0%
Mara Rosa	2	2,0%
Colinas do Sul	2	2,0%
São Paulo	2	2,0%
Barro Alto	2	2,0%
Belo Horizonte	1	1,0%
Alexânia	1	1,0%
Foz do Iguaçu	1	1,0%
Bela Vista de Goiás	1	1,0%
Pratápolis	1	1,0%
João Pessoa	1	1,0%
Crixas	1	1,0%
Alvorada	1	1,0%
Itapoã	1	1,0%
<b>Total</b>	<b>101</b>	<b>100,0%</b>

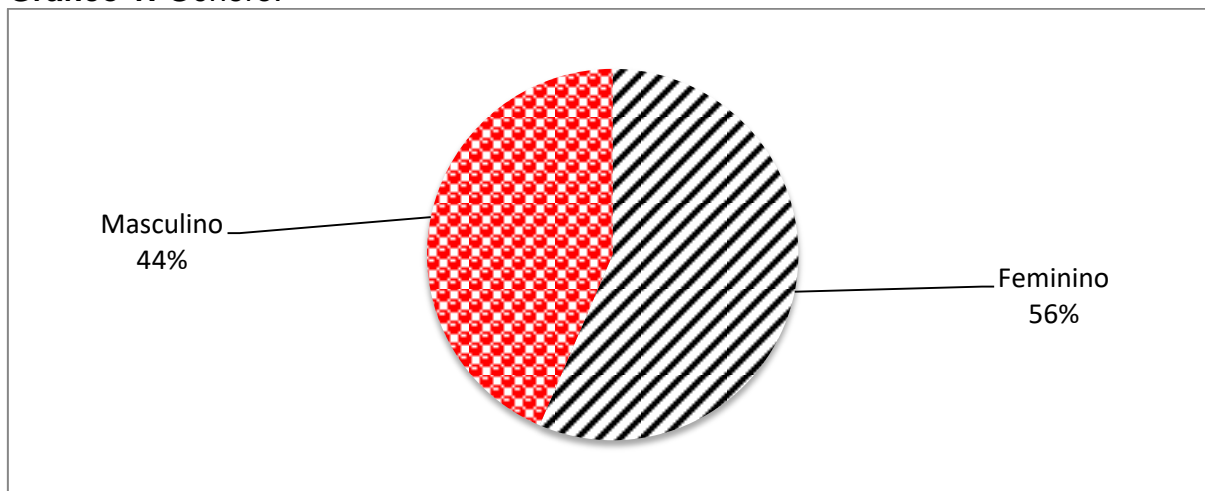
**Tabela 4:** Cidades distribuídas de acordo com o Estado de origem.

Estado/Cidade	Estado/Cidade
<b>GO</b>	São Paulo
93	2
Niquelândia	<b>MG</b>
53	2
Goiânia	Pratápolis
15	1
Uruaçu	Belo Horizonte
10	1
Goianésia	<b>TO</b>
4	1
Barro Alto	Alvorada
2	1
Colinas do Sul	<b>DF</b>
2	1
Anápolis	Itapoã
2	1
Mara Rosa	<b>PR</b>
2	1
Alexânia	Foz do Iguaçu
1	1
Crixas	<b>PB</b>
1	1
Bela Vista de Goiás	João Pessoa
1	1
<b>SP</b>	
2	
<b>Total Geral 101</b>	

**Tabela 5:** Gênero.

	Respondentes	%
Feminino	57	56,4%
Masculino	44	43,6%
<b>Total</b>	<b>101</b>	<b>100,0%</b>

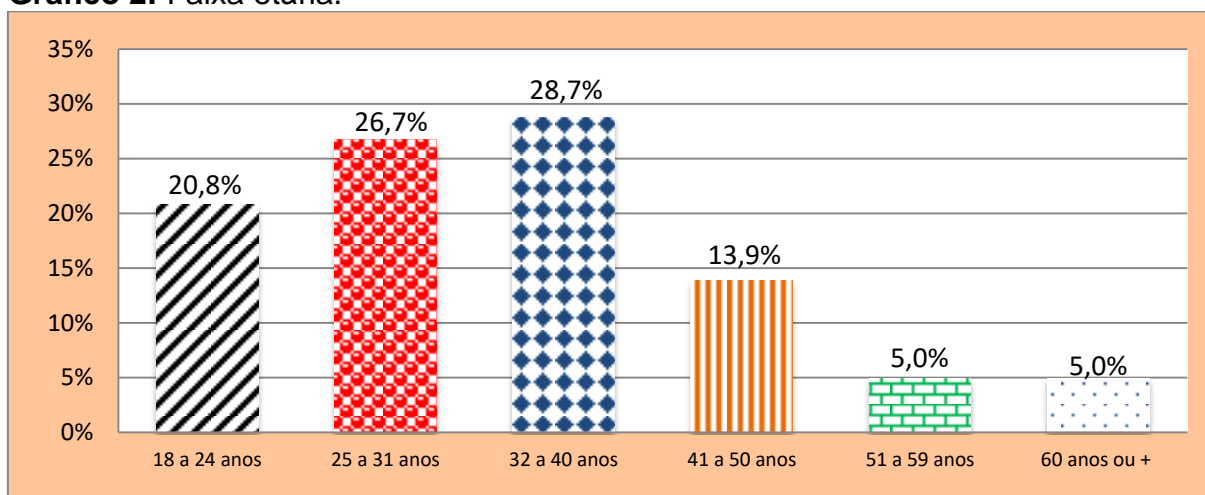
**Gráfico 1: Gênero.**



**Tabela 6: Faixa etária.**

	Respondentes	%
18 a 24 anos	21	20,8%
25 a 31 anos	27	26,7%
32 a 40 anos	29	28,7%
41 a 50 anos	14	13,9%
51 a 59 anos	5	5,0%
60 anos ou +	5	5,0%
<b>Total Geral</b>	<b>101</b>	<b>100,0%</b>
<b>Média Geral</b>	<b>34,4</b>	

**Gráfico 2: Faixa etária.**

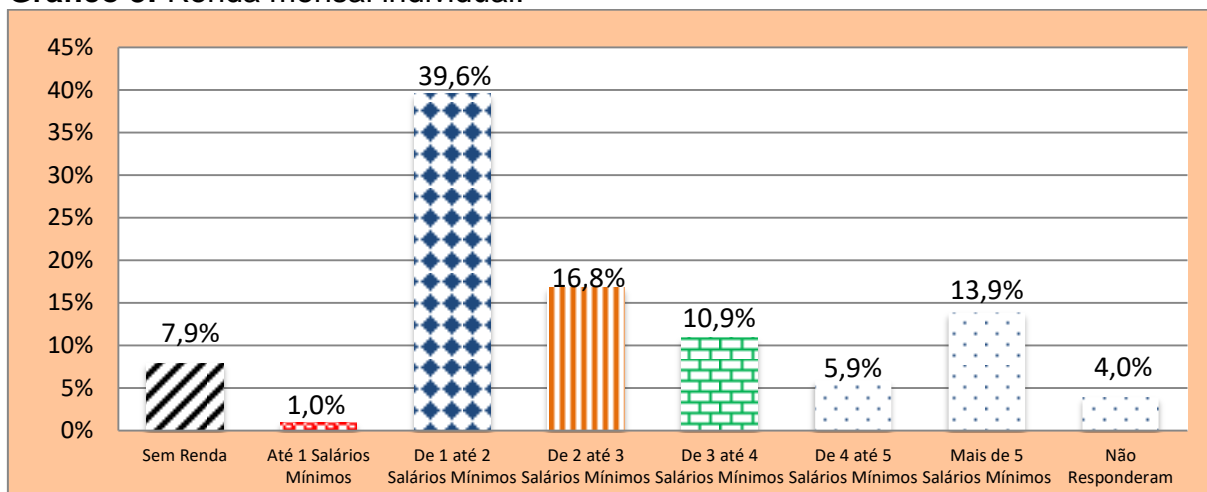


**Tabela 7: Renda mensal individual.**

	Respondentes	%
Sem Renda	8	7,9%
Até 1 Salários Mínimos	1	1,0%
De 1 até 2 Salários Mínimos	40	39,6%
De 2 até 3 Salários Mínimos	17	16,8%

De 3 até 4 Salários Mínimos	11	10,9%
De 4 até 5 Salários Mínimos	6	5,9%
Mais de 5 Salários Mínimos	14	13,9%
Não Responderam	4	4,0%
<b>Total</b>	<b>101</b>	<b>100,0%</b>
<b>Renda Média Geral</b>	<b>R\$ 2.964,74</b>	

**Gráfico 3:** Renda mensal individual.



**Tabela 8:** Profissão.

	Respondentes	%
Professor (a)	11	10,9%
Funcionário (a) Público (a)	9	8,9%
Estudante	7	6,9%
Aposentado (a)	6	5,9%
Ajudante	5	5,0%
Secretária	5	5,0%
Comerciante	4	4,0%
Advogado (a)	4	4,0%
Eletricista	3	3,0%
Autônomo (a)	3	3,0%
Vendedor (a)	3	3,0%
Segurança	2	2,0%
Recepcionista	2	2,0%
Atendente	2	2,0%
Administrador	2	2,0%
Diarista	2	2,0%
Empreendedor (a)	2	2,0%
Operador de Processo	1	1,0%
Serralheiro	1	1,0%
Auxiliar de Produção	1	1,0%
Militar	1	1,0%
Técnico em Mecânica	1	1,0%
Assistente Social	1	1,0%

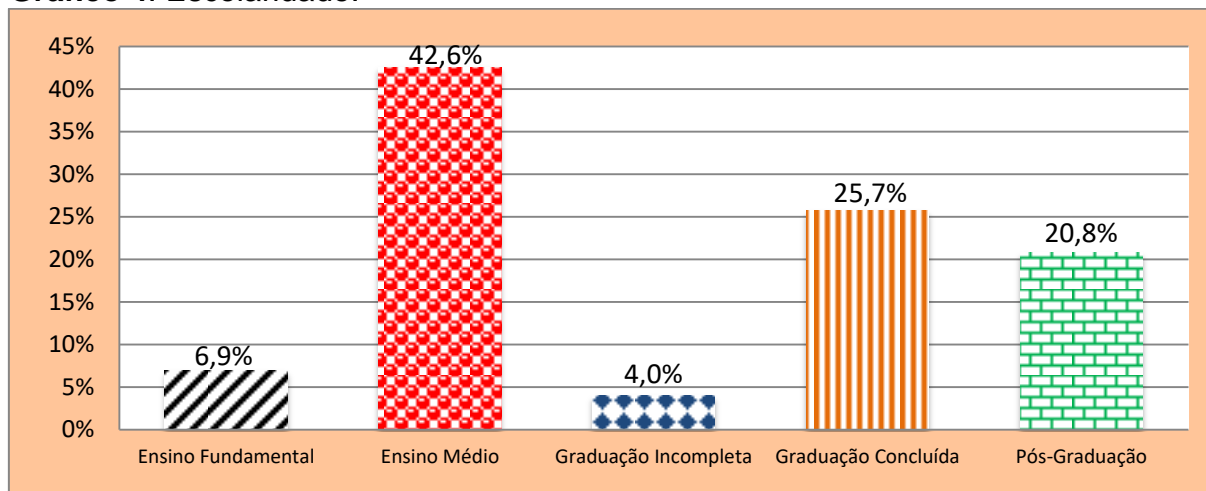
Química	1	1,0%
Do Lar	1	1,0%
Auxiliar Escolar	1	1,0%
Antropóloga	1	1,0%
Soldador	1	1,0%
Almoxarife	1	1,0%
Cozinheiro	1	1,0%
Empresário	1	1,0%
Auxiliar de Limpeza	1	1,0%
Auxiliar	1	1,0%
Radialista	1	1,0%
Farmacêutica	1	1,0%
Representante Comercial	1	1,0%
Fiscal	1	1,0%
Artesã	1	1,0%
Auxiliar Administrativa	1	1,0%
Serviços Gerais	1	1,0%
Gerente de loja	1	1,0%
Supervisora	1	1,0%
Mecânico	1	1,0%
Consultor de Vendas	1	1,0%
Médico	1	1,0%
Desempregado (a)	1	1,0%
<b>Total</b>	<b>101</b>	<b>100,0%</b>

**Tabela 9:** Escolaridade.

	<b>Respondentes</b>	<b>%</b>
Ensino Fundamental	7	6,9%
Ensino Médio	43	42,6%
Graduação Incompleta	4	4,0%
Graduação Concluída	26	25,7%
Pós-Graduação	21	20,8%
<b>Total</b>	<b>101</b>	<b>100,0%</b>



**Gráfico 4:** Escolaridade.

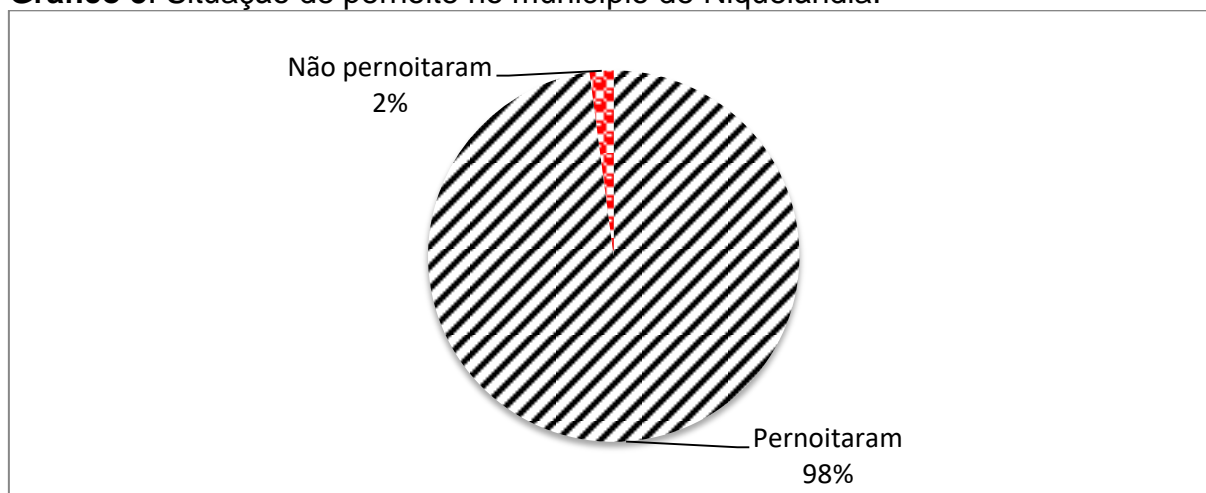


### Características da Viagem

**Tabela 10:** Situação de pernoite no município de Niquelândia.

	Respondentes	%
Pernoitaram	47	97,9%
Não pernoitaram	1	2,1%
<b>Total</b>	<b>48</b>	<b>100,0%</b>

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



**Tabela 11:** Empreendimento de hospedagem dos turistas que pernoitaram no município.

	Respondentes	%
Casa de Amigos/Parentes	25	53,2%
Pousada/Hotel	17	36,2%

Imóvel Próprio	3	6,4%
Hotel	1	2,1%
Não Respondeu	1	2,1%
<b>Total</b>	<b>47</b>	<b>100,0%</b>

**Tabela 12:** Número de pernoites.

	Respondentes	%
1 pernoite	2	4,3%
2 pernoites	6	12,8%
3 pernoites	1	2,1%
4 pernoites	1	2,1%
5 pernoites	1	2,1%
7 pernoites	2	4,3%
Não Respondeu	34	72,3%
<b>Total</b>	<b>47</b>	<b>100,0%</b>
<b>Média</b>	<b>3,08</b>	

**Tabela 13:** Meio ou forma de divulgação que teve acesso ao evento.

	Respondentes	%
Redes Sociais	53	52,5%
Amigos e Parentes	37	36,6%
Rádio/TV	6	5,9%
Material Gráfico Promocional	1	1,0%
Centro Cultural	1	1,0%
Empresa	1	1,0%
Escola da filha	1	1,0%
Jornal/Impresso	1	1,0%
<b>Total</b>	<b>101</b>	<b>100,0%</b>

**Tabela 14:** Principal interesse em ir para Niquelândia.

	Respondentes	%
Festival Gastronômico	27	56,3%
Descanso	9	18,8%
Lazer	5	10,4%
Visita à atrativos	4	8,3%
Trabalho	2	4,2%
Foi convidado	1	2,1%
<b>Total</b>	<b>48</b>	<b>100,0%</b>

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

	Respondentes	%
Veículo próprio	35	72,9%
Ônibus de linha	4	8,3%
Carona	3	6,3%
Veículo de Trabalho	2	4,2%

Avião	2	4,2%
Ônibus fretado	2	4,2%
<b>Total</b>	<b>48</b>	<b>100,0%</b>

### Gastos

**Tabela 16:** Previsão do gasto médio do turista/excursionista do evento.

	Total Gasto	Pessoas Incluídas	Média
Hospedagem	R\$ 4.315,00	15	R\$ 287,67
Alimentos e bebidas na cidade	R\$ 4.955,00	26	R\$ 190,58
Alimentos e bebidas no evento	R\$ 5.021,00	48	R\$ 104,60
Atrativos	R\$ 835,00	11	R\$ 75,91
Compras/Souvenirs	R\$ 953,00	10	R\$ 95,30
Transporte/Combustível	R\$ 5.800,00	23	R\$ 252,17
Outros Gastos	R\$ 425,00	3	R\$ 141,67
<b>Total</b>	<b>R\$ 22.304,00</b>	<b>48</b>	<b>R\$ 464,67</b>

**Obs.:** O total de pessoas incluídas em todos os gastos foi de 48 pessoas. 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 17:** Avaliação dos indicadores da Imagem do Destino de Niquelândia.

	Péssimo	Ruim	Razoável	Bom	Ótimo	Nota Média
Acesso (rodovias)	0,00%	2,27%	25,00%	61,36%	11,36%	3,82
Sinalização (rodovias)	2,22%	2,22%	26,67%	60,00%	8,89%	3,71
Hospedagem no destino	0,00%	0,00%	14,29%	48,57%	37,14%	4,23
Gastronomia local	0,00%	0,00%	8,70%	43,48%	47,83%	4,39
Preço dos produtos consumidos	0,00%	6,38%	36,17%	40,43%	17,02%	3,68
Limpeza Urbana	2,17%	10,87%	30,43%	47,83%	8,70%	3,50
Segurança pública	4,44%	6,67%	37,78%	46,67%	4,44%	3,40
Internet/Celular	8,33%	12,50%	10,42%	62,50%	6,25%	3,46
Hospitalidade Local	0,00%	0,00%	10,42%	45,83%	43,75%	4,33
<b>Nota Média Geral</b>						<b>3,84</b>

**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 dos indicadores da Imagem do Destino de Niquelândia.

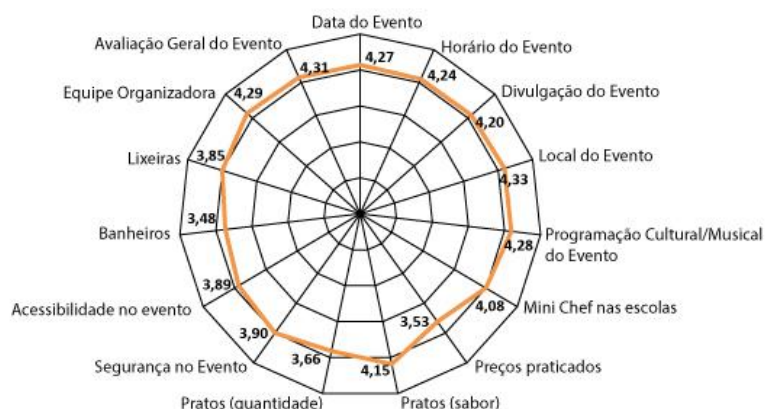


**Tabela 18:** Avaliação do evento.

	Péssimo	Ruim	Razoável	Bom	Ótimo	Nota Média
Data do Evento	0,00%	0,00%	0,99%	71,29%	27,72%	4,27
Horário do Evento	0,00%	0,00%	1,98%	72,28%	25,74%	4,24
Divulgação do Evento	0,00%	0,00%	15,00%	50,00%	35,00%	4,20
Local do Evento	0,00%	1,00%	3,00%	58,00%	38,00%	4,33
Programação Cultural/Musical do Evento	0,00%	0,00%	5,21%	61,46%	33,33%	4,28
Mini Chef nas escolas	0,00%	0,00%	10,67%	70,67%	18,67%	4,08
Preços praticados no Festival	5,21%	4,17%	34,38%	44,79%	11,46%	3,53
Pratos (sabor)	1,06%	2,13%	13,83%	46,81%	36,17%	4,15
Pratos (quantidade)	4,21%	7,37%	25,26%	44,21%	18,95%	3,66
Segurança no Evento	1,02%	5,10%	14,29%	62,24%	17,35%	3,90
Acessibilidade no evento	3,16%	5,26%	10,53%	61,05%	20,00%	3,89
Banheiros	5,26%	11,58%	23,16%	49,47%	10,53%	3,48
Lixeiras	1,04%	4,17%	15,63%	66,67%	12,50%	3,85
Equipe Organizadora	1,01%	0,00%	4,04%	58,59%	36,36%	4,29
Avaliação Geral do Evento	0,00%	0,00%	1,01%	66,67%	32,32%	4,31
<b>Nota Média Geral</b>						<b>4,03</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 do evento.



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

## Expectativas

**Tabela 19:** Proporção de turistas/excursionistas que pretendem voltar ao município de Niquelândia.

	Respondentes	%
Pretende voltar	48	100,0%
<b>Total</b>	<b>48</b>	<b>100,0%</b>

## Elogios, Críticas e Sugestões

**Tabela 20:** Elogios.

	Respondentes
Organização	15
Local	6
Show	5
Programação	4
Cultura	3
Comida	3
Gastronomia	3
Culinária	2
Música	2
Variedade de pratos	2
Organização dos estandes	1
Local, boa recepção	1
Criatividade	1
Comida boa	1
Museu	1

Culinária e local do evento	1
Organização, Local	1
Culinária, Atrações, Organização	1
Atrações, Gastronomia	1
Atrações culturais, Variedade dos pratos	1
Localização do evento	1
Cultura e música	1
Beleza	1
Cultura e música local	1
Organização geral	1
Data e horário	1
Ótimo	1
Dinâmica do evento	1
Iniciativa	1
Diversidade	1
Local bonito	1
Diversificação	1
Localização	1
Diversificação dos pratos	1
Movimentação, Valoriza a cultura	1
Divulgação	1
Comidas, Valor, Organização, Atendimento	1
Estrutura	1
Bom para o comércio	1
Família	1
Organização e divulgação	1
Tudo bem organizado	1
Organização, Hospitalidade, Divulgação	1
Um ambiente familiar	1
Organizado	1
Cardápio, Decoração	1
Presença da universidade	1
Resgatar as culturas	1
Shows	1
Comercial	1
Gastronomia, Hospitalidade	1
Alimentação	1
Hospitalidade e gastronomia	1
Variedade da comida e espaço	1
Gastronomia e cultura	1
Algo diferente na cidade	1
Gastronomia, Atrações	1
<b>Total</b>	<b>92</b>



**Tabela 21:** Críticas.

	Respondentes
Segurança	8
Gastronomia	6
Atraso	5
Muito caro	2
Preço	2
Atraso para começar	2
Comida cara	2
Acessibilidade	2
Não tem refrigerante sem açúcar	1
Segurança e acessibilidade, Organização das mesas	1
Preço alto	1
Banheiro muito distante	1
Má distribuição dos estandes	1
Banheiros	1
Pouca quantidade de pratos oferecidos	1
Banheiros próximos às bebidas, Bares	1
Preço, Banheiro e Segurança	1
Barulho	1
Local	1
Cadeiras, Bancos	1
Atraso no início do evento	1
Comida	1
Organização das mesas	1
Atraso no evento	1
Poucos pratos típicos	1
Comodidade	1
Preço dos pratos	1

Divulgação	1
Preços elevados dos pratos	1
Espaço	1
Lixeira, Segurança	1
Espaço para locomoção, Atrasos	1
Localização das mesas, Muito apertada	1
Estacionamento	1
Mesas disponíveis	1
Expansão	1
Muito caro os pratos	1
Falta de espaço	1
Acessibilidade para cadeirantes e deficientes, Organizadores inexperientes	1
Falta de lugares para sentar	1
Organização dos estantes	1
Falta lugar para sentar	1
Pouco espaço para a locomoção	1
Filas	1
Atraso na programação	1
Filas e qualidade das comidas	1
Preço da gastronomia	1
Folclore	1
Preço geral	1
Segurança, Acessibilidade, Higiene	1
Preços dos pratos	1
Segurança, Divulgação	1
Atraso pra iniciar o evento	1
Atraso das apresentações	1
Banheiro	1
Lixeira, Organização na divisão dos estandes	1
Segurança, Limpeza	1
Horário	1
Limpeza, Atrasos na programação	1
<b>Total</b>	<b>80</b>





Economia	1
Bacana	1
Empreendedorismo de sucesso	1
Perfeito	1
Espetacular	1
Propício	1
Está bom	1
Desenvolvimento local	1
Evento extraordinário	1
Legal	1
Evento potencial	1
Melhoria no local	1
Bom para o comércio	1
Companheirismo	1
Excelente, Esforço	1
Criatividade	1
Renovando as tradições para a geração futura	1
Oportunidade	1
Rentável	1
Cultura e representação, Música local	1
Resgatando cultura	1
Potencial para crescimento da cidade	1
Ter tradição	1
Primeiro passo pra o desenvolvimento da economia	1
Top	1
Cultura típica	1
Um incentivo para a renda da cidade	1
Desenvolvimento do comércio e atrações de turistas	1
Agradável	1
Cidade participativa	1
Resgatando as raízes de Niquelândia	1
Festa boa	1
Sustentabilidade da cidade	1
Gastronomia e resgate das raízes	1
Todos participantes estão de parabéns	1
Gente na cidade	1
Tradição, Cultura	1
Hospitalidade e companheirismo	1
Uma grande oportunidade de empreendimento	1
Ideia revolucionária	1
Iniciativa	1
<b>Total</b>	<b>96</b>



## INSTRUMENTO DE PESQUISA



### PESQUISA DE PERFIL DO PARTICIPANTE 1º FESTIVAL GASTRONÔMICO DO VALE DO SERRA DA MESA – GO

Pesquisador(a): \_\_\_\_\_ Data da pesquisa: \_\_\_\_/\_\_\_\_/19

1. Gênero: ( ) Masculino ( ) Feminino 1.1. Idade: \_\_\_\_ 1.2 Renda Mensal Individual: \_\_\_\_\_

1.3 Profissão: \_\_\_\_\_ 1.4 Escolaridade: ( ) Ensino Fundamental ( ) Ensino Médio ( ) Graduação ( ) Pós Graduação

2. Origem UF: \_\_\_\_\_ Município: \_\_\_\_\_ País \_\_\_\_\_

3. Se for turista, onde se hospedou? ( ) Pousada\Hotel ( ) Casa de amigos\Parentes ( ) Imóvel Próprio  
( ) Outros \_\_\_\_\_ 3.1. Número de Pernoites: \_\_\_\_\_

4. Qual foi seu principal interesse em vir para Niquelândia? ( ) Festival Gastronômico ( ) Visita à atrações ( ) Lazer  
( ) Descanso ( ) Outros \_\_\_\_\_

5. Como ficou sabendo sobre o Festival Gastronômico? ( ) Redes Sociais ( ) Material Gráfico Promocional ( ) Jornal/Impresso  
( ) Rádio/TV ( ) Site Prefeitura ( ) Amigos e parentes ( ) Outros \_\_\_\_\_

6. Qual o meio de transporte utilizado para chegar à Niquelândia? ( ) Veículo próprio ( ) Ônibus de linha  
( ) Ônibus fretado ( ) Carona ( ) Avião ( ) Outros \_\_\_\_\_

7. Previsão dos gastos individuais no município durante o período de hospedagem/ visita ao município (perguntar somente para turistas e excursionistas)

	Não se aplica
Hospedagem – R\$	
Alimentação na cidade – R\$	
Alimentação no evento – R\$	
Atrações – R\$	
Transporte/ Combustível – R\$	
Compras / Souvenirs – R\$	
Outros gastos/ Detalhamento – R\$	
Total de gastos – R\$	

8. Avaliação do Destino / Niquelândia (perguntar somente para Turistas e excursionistas)

	Ótimo	Bom	Razoável	Ruim	Péssimo	Não se aplica
Acesso (rodovias)						
Sinalização (rodovias)						
Hospedagem no destino						
Gastronomia local						
Preço dos produtos consumidos						
Limpeza urbana						
Segurança pública						
Internet / Celular						
Hospitalidade local						

9. Avaliação do evento: Planejamento e organização do Evento (perguntar à turistas, excursionistas e turista cidadão)

	Ótimo	Bom	Razoável	Ruim	Péssimo	Não se aplica
Data do Evento						
Horário do Evento						
Divulgação do Evento						
Local do Evento						
Programação Cultural/ Musical do Evento						
Mine Chef nas escolas						
Preços Praticados no Festival						
Pratos (sabor)						
Pratos (quantidade)						
Segurança no evento						
Acessibilidade no evento						
Banheiros						
Lixeiras						
Equipe organizadora						
Avaliação Geral do Evento						

10. Pretende visitar novamente Niquelândia em outro evento, feriado, final de semana ou no próximo Festival Gastronômico?  
( ) Sim ( ) Não. Se não, porquê? \_\_\_\_\_

11. Pontos Fracos do evento: \_\_\_\_\_

12. Pontos Fortes do evento: \_\_\_\_\_

13. Em uma frase ou palavra, para você o que representa o Festival Gastronômico do Vale da Serra da Mesa? \_\_\_\_\_

## FOTOS



**Fonte:** Associação Amigos do Turismo Niquelândia – GO.

## INFOGRÁFICO

# 1º Festival Gastronômico do Vale da Serra da Mesa-GO 2019



56,4% dos respondentes são do gênero feminino



Média de salário dos respondentes: R\$ 2.964,74



46,5% dos respondentes são turistas e 1,0% são excursionistas



53,2% dos turistas se hospedaram em casa de amigos ou parentes



O número médio de pernoites foi de 3,08 noites



52,5% dos respondentes tiveram acesso a divulgação do evento através das redes sociais



Nota média da avaliação geral do evento foi de 4,03 (As notas da avaliação variam entre 1 e 5, sendo assim a satisfação dos respondentes ficou entre os conceitos: Bom e Ótimo).