

**PESQUISA DE PERFIL E SATISFAÇÃO DO
PARTICIPANTE DO 27º CONGRESSO
INTERNACIONAL DE OCULOPLÁSTICA
E 6º CONGRESSO INTERNACIONAL DE
ESTÉTICA PERIOcular – 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)

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

Evelyn Cristina Ribeiro Bucar

Pesquisadores (as)

Pesquisadoras Voluntárias: Luana Regina e Vanderleia Oliveira

Pesquisadores Fixos do Observatório do Turismo

Carlos Henrique Pereira de Freitas

Rosimeire Pereira da Costa

Relatório Técnico Estatístico

Giovanna Adriana Tavares Gomes

Rafael de Araújo Rosa

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 27º Congresso Internacional de Oculoplástica e 6º Congresso Internacional de Estética Perioclar, o Observatório do Turismo realizou a pesquisa nos dias 11 a 13 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 1.000 pessoas entre os três dias de evento. Foram entrevistados 100 participantes (amostra: 100 de 1.000). De acordo com essa amostra temos um 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.
- 60,0% dos respondentes são do gênero feminino.
- Média da renda individual mensal dos respondentes é de R\$ 14.774,66.
- 72,0% dos respondentes são turistas e 3,0% são excursionistas.
- 80,6% dos turistas se hospedaram em hotel.
- O número médio de pernites foi de 2,87 noites.
- 32,0% dos respondentes, exceto moradores, foram pela primeira vez ao município de Goiânia.
- O gasto médio do participante foi de R\$ 1.946,13.
- 100,0% dos respondentes indicariam a participação no evento para outras pessoas.
- Nota média da avaliação geral do evento foi de 4,64 (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	100	100,0%
Total	100	100,0%

Tabela 2: Estado de origem.

	Respondentes	%
GO	30	30,0%
SP	30	30,0%
RJ	12	12,0%
MG	8	8,0%
PR	5	5,0%
BA	4	4,0%
RS	2	2,0%
PE	2	2,0%
DF	1	1,0%
RO	1	1,0%
CE	1	1,0%
SE	1	1,0%
PI	1	1,0%
MA	1	1,0%
PA	1	1,0%
Total	100	100,0%

Tabela 3: Cidade de origem.

	Respondentes	%
Goiânia	25	25,0%
São Paulo	22	22,0%
Rio de Janeiro	10	10,0%
Belo Horizonte	6	6,0%
Anápolis	4	4,0%
Londrina	3	3,0%
Porto Alegre	2	2,0%
Salvador	2	2,0%
Curitiba	2	2,0%
Recife	2	2,0%
Campinas	1	1,0%
Franco da Rocha	1	1,0%
Campos dos Goytacazes	1	1,0%
Itabuna	1	1,0%
Araçatuba	1	1,0%
Itu	1	1,0%
Sorocaba	1	1,0%
Itumbiara	1	1,0%
Pato de Minas	1	1,0%
Presidente Prudente	1	1,0%
Porto Velho	1	1,0%
Rio das Ostras	1	1,0%
Feira de Santana	1	1,0%
Juazeiro do Norte	1	1,0%
Brasília	1	1,0%
Juiz de Fora	1	1,0%
São Luís	1	1,0%
Aracaju	1	1,0%
São Roque	1	1,0%
Marabá	1	1,0%
Teresina	1	1,0%
Marília	1	1,0%
Total	100	100,0%

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

Estado/Cidade		Estado/Cidade	
GO	30	Curitiba	2
Goiânia	25	BA	4
Anápolis	4	Salvador	2
Itumbiara	1	Feira de Santana	1
SP	30	Itabuna	1
São Paulo	22	RS	2

Araçatuba	1	Porto Alegre	2
São Roque	1	PE	2
Campinas	1	Recife	2
Presidente Prudente	1	DF	1
Franco da Rocha	1	Brasília	1
Sorocaba	1	RO	1
Itu	1	Porto Velho	1
Marília	1	CE	1
RJ	12	Juazeiro do Norte	1
Rio de Janeiro	10	SE	1
Campos dos Goytacazes	1	Aracaju	1
Rio das Ostras	1	PI	1
MG	8	Teresina	1
Belo Horizonte	6	MA	1
Pato de Minas	1	São Luís	1
Juiz de Fora	1	PA	1
PR	5	Marabá	1
Londrina	3		
Total Geral 100			

Tabela 5: Gênero.

	Respondentes	%
Feminino	60	60,0%
Masculino	40	40,0%
Total	100	100,0%

Gráfico 1: Gênero.

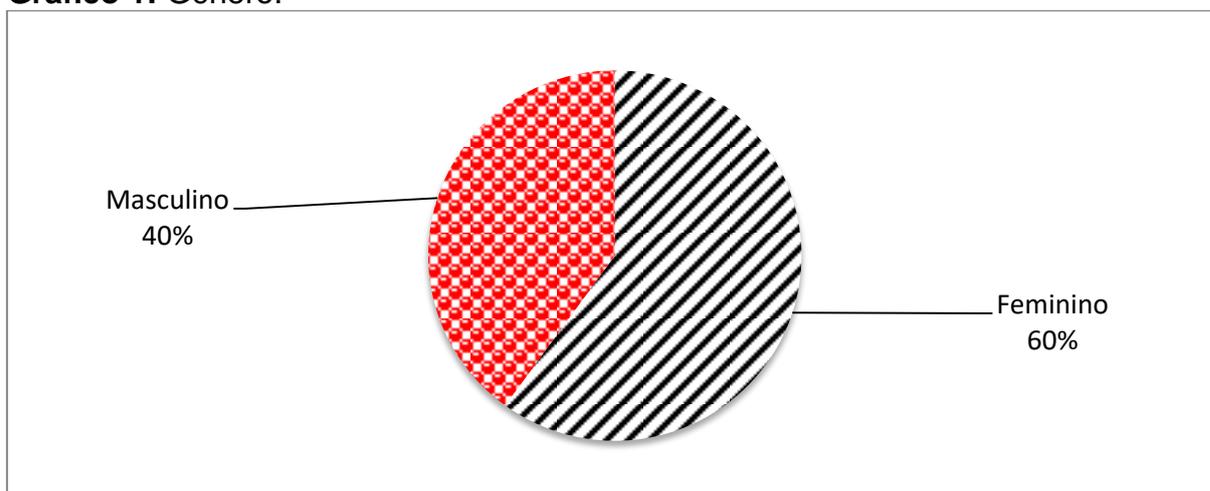


Tabela 6: Faixa etária.

	Respondentes	%
--	--------------	---

18 a 24 anos	12	12,0%
25 a 31 anos	23	23,0%
32 a 40 anos	26	26,0%
41 a 50 anos	24	24,0%
51 a 59 anos	11	11,0%
60 anos ou +	4	4,0%
Total Geral	100	100,0%
Média Geral	37,86	

Gráfico 2: Faixa etária.

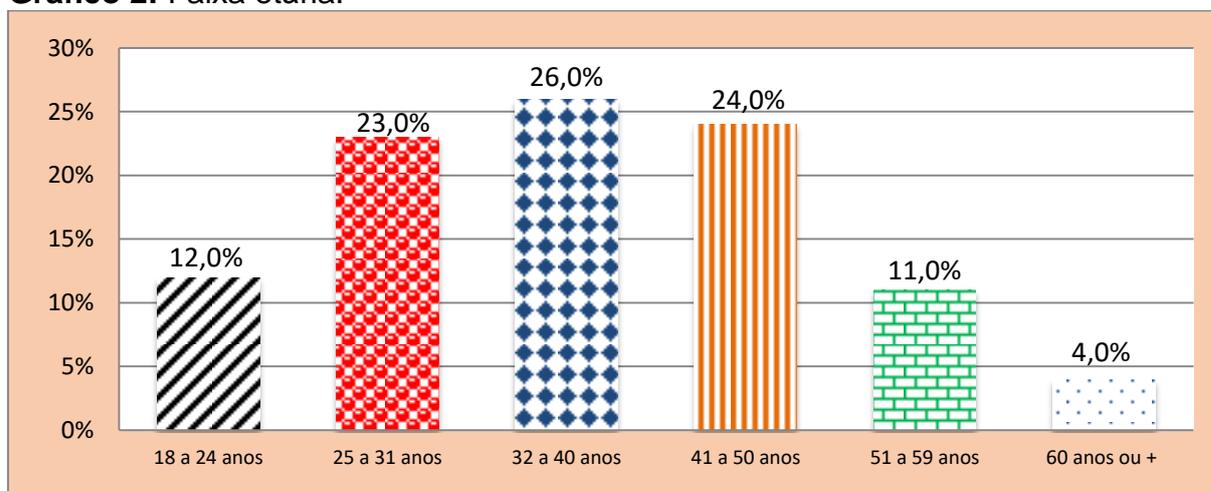


Tabela 7: Renda mensal individual.

	Respondentes	%
Sem Renda	9	9,0%
Até 5 Salários Mínimos	10	10,0%
De 5 até 10 Salários Mínimos	8	8,0%
De 10 até 15 Salários Mínimos	15	15,0%
De 15 até 20 Salários Mínimos	9	9,0%
De 20 até 25 Salários Mínimos	6	6,0%
Mais de 25 Salários Mínimos	11	11,0%
Não Responderam	32	32,0%
Total	100	100,0%
Renda Média Geral	R\$ 14.774,66	

Tabela 8: Profissão.

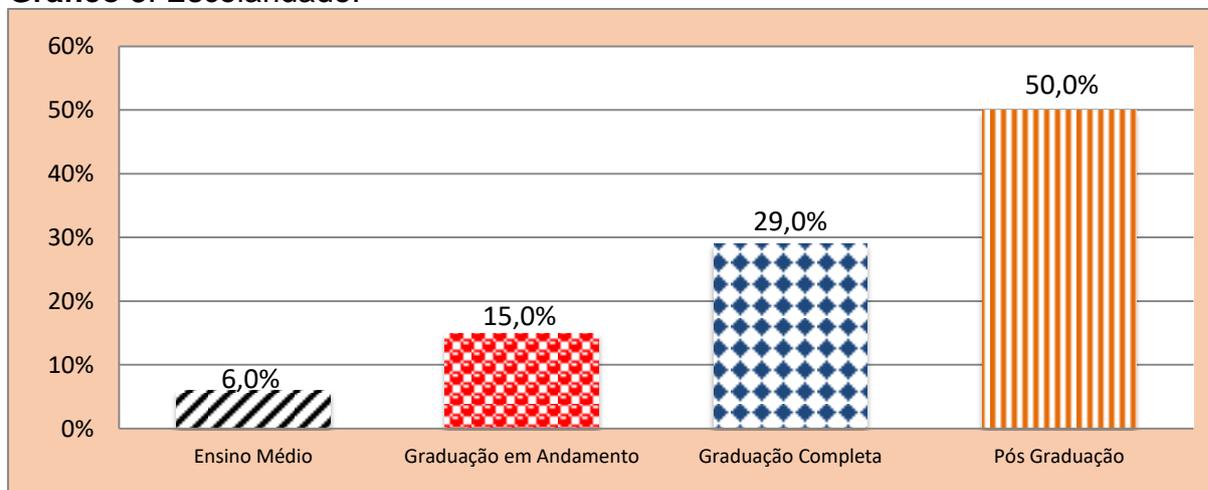
	Respondentes	%
Médico (a)	69	69,0%
Estudante	14	14,0%
Comerciante	3	3,0%

Secretária	2	2,0%
Analista de Marketing	2	2,0%
Empresária	2	2,0%
Administrador	2	2,0%
Promotora de eventos	1	1,0%
Aposentada	1	1,0%
Vendedora	1	1,0%
Economista	1	1,0%
Motorista	1	1,0%
Jornalista	1	1,0%
Total	100	100,0%

Tabela 9: Escolaridade.

	Respondentes	%
Ensino Médio	6	6,0%
Graduação em Andamento	15	15,0%
Graduação Completa	29	29,0%
Pós Graduação	50	50,0%
Total	100	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	51	68,0%
Primeira visita	24	32,0%
Total	75	100,0%

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

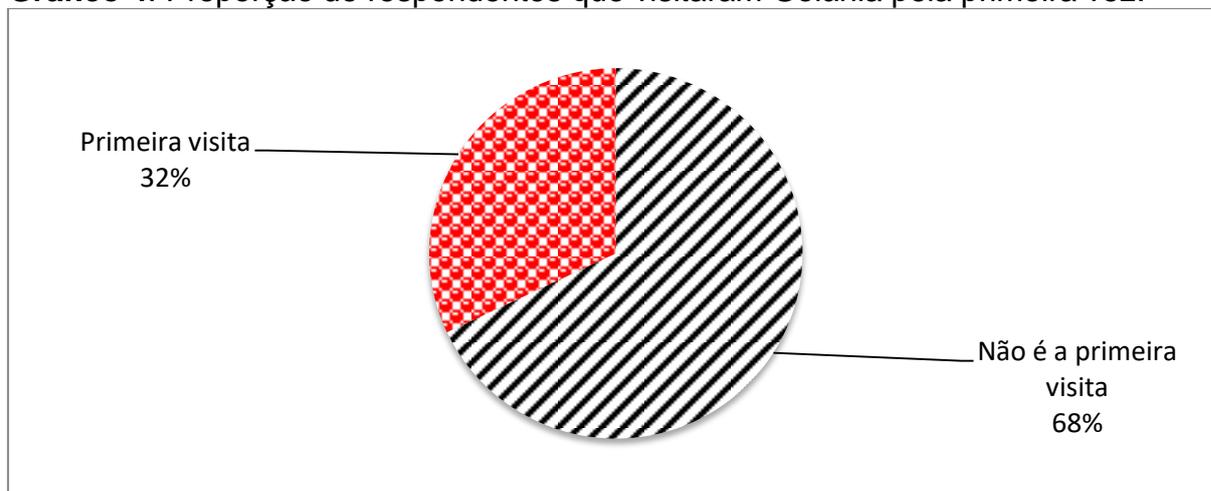


Tabela 11: Principal interesse de participar do 27º Congresso Internacional de Oculoplástica e 6º Congresso Internacional de Estética Periorcular, segundo a ordem de importância.

	Categoria	Respondentes	%
1ª Opção	Uma conveniente circunstância para aprender	58	58,0%
2ª Opção	Uma excelente oportunidade para fazer network	47	47,0%
3ª Opção	Uma forma de sair da rotina e conhecer um novo destino turístico	36	36,0%

Tabela 12: Situação de pernoite no município de Goiânia.

	Respondentes	%
Pernoitou	72	96,0%
Não pernoitou	3	4,0%
Total	75	100,0%

Gráfico 5: Situação de pernoite no município de Goiânia.

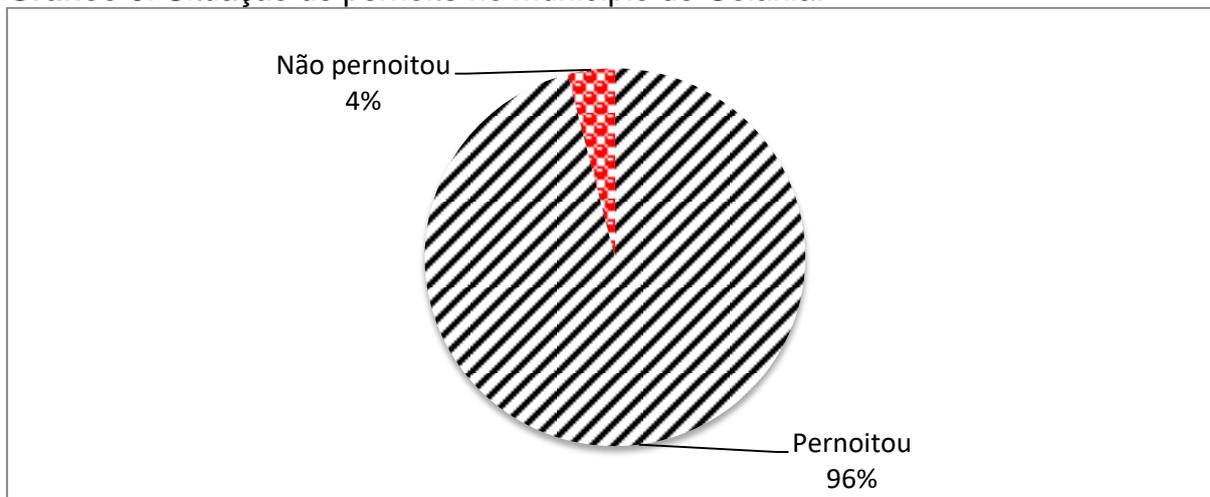


Tabela 13: Empreendimento de hospedagem dos entrevistados que pernoveram no município.

	Respondentes	%
Hotel	58	80,6%
Casa de Amigos\Parentes	12	16,7%
Airbnb	2	2,8%
Total	72	100,0%

Tabela 14: Número de pernoveres.

	Respondentes	%
1 pernover	4	5,6%
2 pernoveres	20	27,8%
3 pernoveres	33	45,8%
4 pernoveres	8	11,1%
5 pernoveres	4	5,6%
6 pernoveres	1	1,4%
Não Responderam	2	2,8%
Total	72	100,0%
Média	2,87	

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

	Respondentes	%
Avião	63	84,0%
Veículo Próprio	9	12,0%
Uber	1	1,3%
Caminhão	1	1,3%
Ônibus de Linha	1	1,3%
Total	75	100,0%

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

	Respondentes	%
Receptivo Contratado	29	46,0%
Uber/99Pop	16	25,4%
Táxi	15	23,8%
Carona com familiares	2	3,2%
Carro Alugado	1	1,6%
Total	63	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	%
A pé	18	24,0%
Uber	18	24,0%
Táxi	14	18,7%
Receptivo Contratado	12	16,0%
Veículo Próprio	9	12,0%
Carona com familiares	2	2,7%
Táxi e Receptivo Contratado	1	1,3%
Uber e Táxi	1	1,3%
Total	75	100,0%

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

	Respondentes	%
Não pretendem conhecer outros destinos turísticos	65	86,7%
Pretendem conhecer outros destinos turísticos	10	13,3%
Total	75	100,0%

Tabela 19: Destinos turísticos que os respondentes pretendem conhecer.

	Respondentes	%
Pirenópolis	5	50,0%
Caldas Novas	4	40,0%
Cidade de Goiás	1	10,0%
Total	10	100,0%

Gastos

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

	Total Gasto	Pessoas Incluídas	Média
Hospedagem	R\$ 39.235,00	56	R\$ 700,63
Alimentação	R\$ 18.130,00	61	R\$ 297,21
Atrativos	R\$ 3.200,00	10	R\$ 320,00
Compras/Souvenirs	R\$ 22.240,00	20	R\$ 1.112,00
Transporte/Combustível	R\$ 30.490,00	61	R\$ 499,84
Outros Gastos	R\$ 6.040,00	10	R\$ 604,00
Total	R\$ 138.175,00	71	R\$ 1.946,13

Obs.: O valor 71 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.

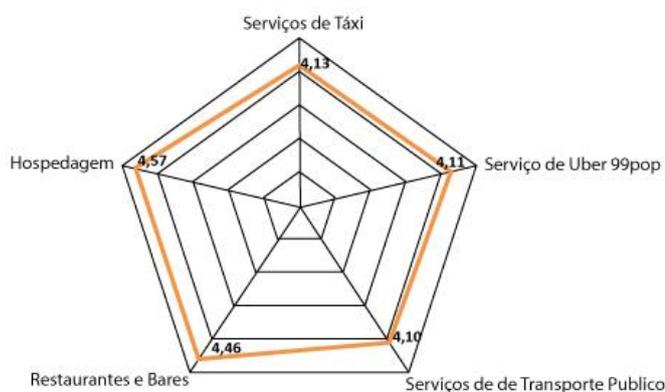
Avaliações

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

	Péssimo	Ruim	Razoável	Bom	Ótimo	Nota Média
Serviço de Táxi	3,13%	3,13%	9,38%	46,88%	37,50%	4,13
Serviço de Uber ou 99pop	4,35%	2,17%	8,70%	47,83%	36,96%	4,11
Serviços de Transporte Público	0,00%	10,00%	10,00%	40,00%	40,00%	4,10
Restaurantes e bares	0,00%	0,00%	5,56%	42,59%	51,85%	4,46
Hospedagem	0,00%	0,00%	1,96%	39,22%	58,82%	4,57
Nota Média Geral						4,27

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.



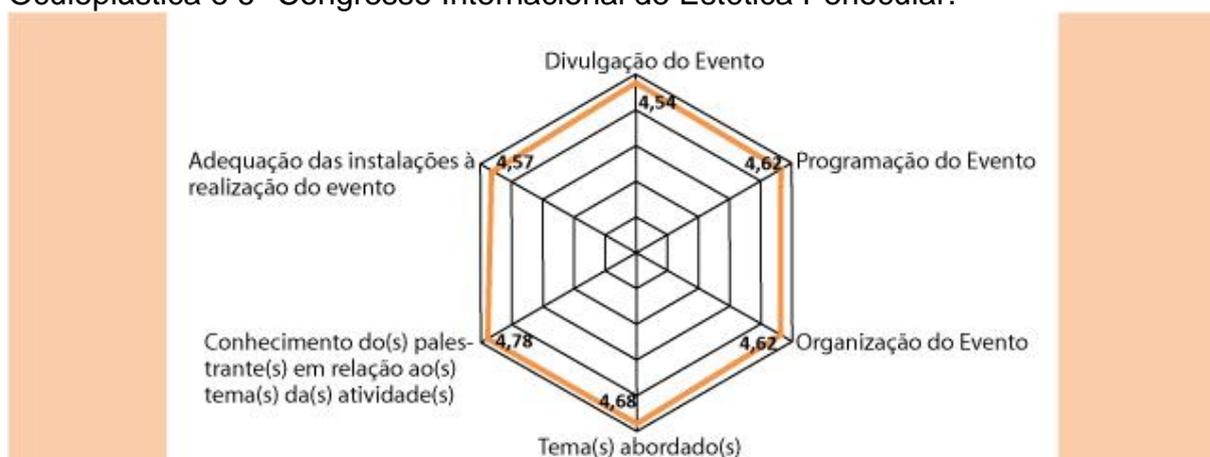
Obs.: As notas da avaliação variam entre 1 e 5, sendo: (1) Péssimo, (2) Ruim, (3) Razoável, (4) Bom e (5) Ótimo.

Tabela 22: Avaliação dos indicadores do 27º Congresso Internacional de Oculoplástica e 6º Congresso Internacional de Estética Periocular.

	Péssimo	Ruim	Razoável	Bom	Ótimo	Nota Média
Divulgação do Evento	0,00%	3,75%	3,75%	27,50%	65,00%	4,54
Programação do Evento	1,05%	0,00%	2,11%	29,47%	67,37%	4,62
Organização do Evento	0,00%	0,00%	3,16%	31,58%	65,26%	4,62
Tema(s) abordado(s)	0,00%	0,00%	4,21%	23,16%	72,63%	4,68
Conhecimento do(s) palestrante(s) em relação ao(s) tema(s) da(s) atividade(s)	0,00%	1,15%	1,15%	16,09%	81,61%	4,78
Adequação das instalações à realização do evento	0,00%	1,02%	9,18%	21,43%	68,37%	4,57
Nota Média Geral						4,64

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 27º Congresso Internacional de Oculoplástica e 6º Congresso Internacional de Estética Periocular.



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	100	100,0%
Total	100	100,0%

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

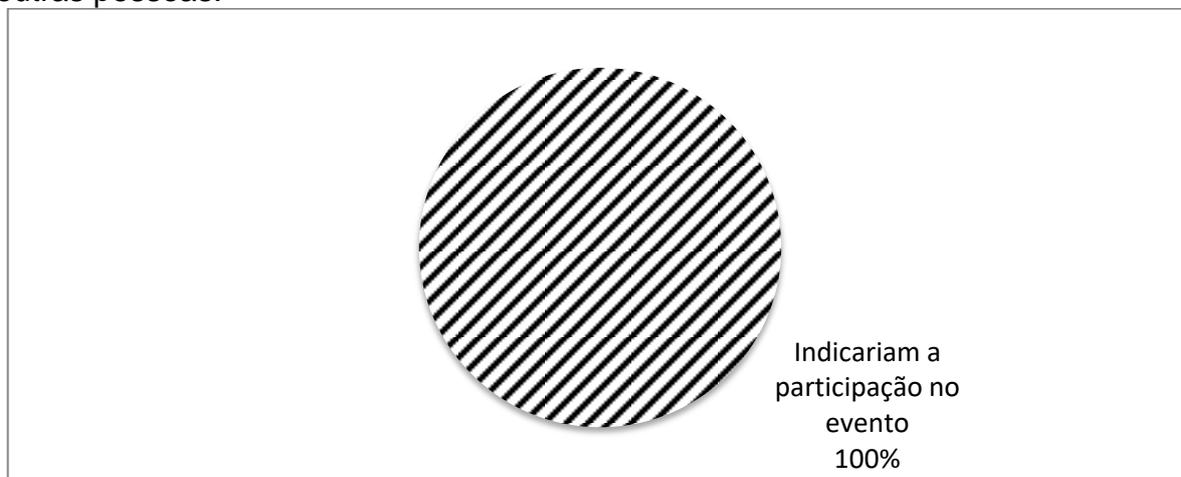


Tabela 24: Motivo pelo o qual indicariam a participação no evento para outras pessoas.

	Respondentes
Bem localizado	3
Porque gostou	2
Adquirir conhecimento	2
Aprimorar conhecimentos	2
Porque é interessante	2
Oportunidade para aprender	1
Pessoas da área fazendo plástica	1
Para se atualizarem e fazer network	1
Aproveitamento do evento	1
Reciclar conhecimentos	1
Atualizar	1
Ótima oportunidade de network e aprendizado	1
Atualizar as novas técnicas	1
Pela qualidade dos palestrantes e das aulas	1
Aprendizado e network	1
Programação boa, Abordagens de esquemas, Qualidade do evento	1
Bem localizado, ser internacional	1
Alto conhecimento	1
Bem organizado, Fácil acesso	1
Organizado, segue o horário das palestras	1
Boa qualidade	1
Para a reciclagem	1
Bom para aprimorar conhecimentos	1
Pela aprendizagem e qualidade do evento	1
Conhecimento	1
Pelo ensino	1

Conhecimento nunca é o suficiente	1
Porque a venda está bom e ampliar clientes	1
Conteúdo das aulas, Estrutura montada	1
Qualidade	1
É um congresso internacional, acrescenta muito para a formação	1
Ter conhecimento e aproveitar a cidade	1
É um conhecimento a mais, Troca de conhecimento, Network	1
Aprendizagem e atualização	1
Evento agradável	1
Organização	1
Evento bem organizado e pela aprendizagem	1
Os temas são bem interessantes	1
Evento bom para network	1
Palestrantes de nomes	1
Evento de alto nível e completo	1
Para as pessoas adquirirem conhecimento, assim como eu	1
Evento de boa qualidade	1
Pela aprendizagem	1
Evento internacional, É um dos melhores, Palestrantes renomados	1
Pela aprendizagem, Network, Atualização, Troca de experiências	1
Evento organizado, Temas relevantes da área, Palestras interessantes	1
Pelo conhecimento	1
Gera conhecimento	1
Pelos palestrantes serem muitos bons e temas abrangentes	1
Porque é bom	1
Por conhecimento	1
Porque é um evento que permite divulgar nossa marca	1
Ambiente agradável, Evento inovador	1
Aprendizagem	1
Gostou das palestras	1
Porque é um forma de aprender	1
Gostou do evento	1
Porque o evento é bom	1
Importante para a formação	1
Proporciona experiência	1
Importante para o conhecimento	1
Qualidade do evento	1
Indicaria para os médicos, pois o evento é específico para eles	1
Tem muita coisa internacional, pelo aprendizado	1
Muito bem organizado	1
Todo estudante deveria vir para conhecer	1
Um evento de aprendizagem boa, Bons palestrantes	1
Uma coisa de interesse profissional	1
Uma maneira de se atualizar e a organização com os horários	1

INSTRUMENTO DE PESQUISA



Pesquisa: PESQUISA DE PERFIL E SATISFAÇÃO DO PARTICIPANTE
27º CONGRESSO INTERNACIONAL DE OCULOPLÁSTICA E 6º CONGRESSO INTERNACIONAL DE
ESTÉTICA PERIOCLAR - 2019

- Pesquisador: _____ Data _____
- 1Gênero: () 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 de perfil e satisfação do participante do 27º Congresso Internacional de Oculoplástica e 6º Congresso internacional de estética perioocular - 2019. 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

27º CONGRESSO INTERNACIONAL E 6º OCULOPLÁSTICA DE ESTÉTICA E PERIOCULAR – 2019



60,0% dos respondentes são do gênero feminino



Média da renda individual mensal dos respondentes é de R\$ 14.774,66



72,0% dos respondentes são turistas e 3,0% são excursionista



80,6% dos turistas se hospedaram em hotel



O número médio de pernoites foi de 2,87 noites



32,0% dos respondentes, exceto moradores, foram pela primeira vez ao município de Goiânia



100,0% dos respondentes indicariam a participação no evento para outras pessoas



Nota média da avaliação geral do evento foi de 4,64 (As notas da avaliação variam entre 1 e 5, sendo assim a satisfação dos respondentes ficou entre os conceitos: Bom e Ótimo)