

# Pesquisa

## Melhores práticas de sanitização para receber Turistas/Visitantes: Região Turística dos Negócios e Tradições



## 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

**Giovanna Adriana Tavares Gomes**

Coordenadora do Observatório do Turismo do Estado de Goiás

### Equipe de Apoio Técnico por Área

Carlos Henrique Pereira de Freitas (Economia)

Ennolainy Marques Campos Silva (Jovem aprendiz)

Evelyn Cristina Ribeiro Bucar (Geografia)

Fábia Raiane Santos Lopes (Turismo)

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)

Waldedy Maria de Paula (Jornalismo)

### 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 Observatório do Turismo do Estado de Goiás

A equipe técnica do Observatório do Turismo composta por técnicos especialistas em Turismo, Estatística, Economia, Design e Geografia. O objetivo da equipe multidisciplinar 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 pelo departamento e seus parceiros são disponibilizados no Site da Goiás Turismo (<http://www.goiasturismo.go.gov.br/>).

## 2 METODOLOGIA

### 2.1 Descrição da Pesquisa

A pesquisa foi realizada pelo Observatório do Turismo do Estado de Goiás com o intuito de oferecer melhor atendimento e para melhor adaptar as práticas sanitárias às necessidades do público, quando for possível a reabertura do acesso aos belos e inesquecíveis atrativos turísticos da Região Turística dos Negócios e Tradições. A pesquisa foi realizada on-line, do dia 30 de julho a 24 de outubro de 2020 no Google Formulários. Os questionários foram aplicados utilizando-se o formato impresso com perguntas abertas e fechadas. 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. As nuvens dão maior destaque às palavras que aparecem com mais frequência no discurso dos respondentes. Participaram da pesquisa 60 respondentes.

### 3 DESTAQUES DA PESQUISA

- Participaram da pesquisa 60 respondentes.
- 56,7% dos respondentes são do gênero feminino.
- A renda média familiar dos respondentes é de R\$ 3.057,33.
- 46,7% dos respondentes fazem até 2 viagens por ano fora do estado que residem.
- 43,3% dos respondentes possuem um perfil de viajante que realizam viagens de férias.
- 25,0% dos respondentes costumam viajar com o grupo familiar.
- 58,3% dos respondentes utilizam o carro como principal meio de transporte para viajar.
- O seguimento turístico de 31,7% dos respondentes é de Sol e Praia.
- 48,3% dos respondentes ainda não visitaram a Região Turística dos Negócios e Tradições.
- 29,0% dos respondentes que vão a Região Turística dos Negócios e Tradições, costumam visitar Trindade.
- 35,5% dos respondentes que vão a Região Turística dos Negócios e Tradições se hospedam em Hotéis, Pousadas e similares.
- 38,3% dos respondentes pretendem visitar a Região Turística dos Negócios e Tradições somente em 2021.
- Nota média do grau de confiabilidade na região nesse período de pandemia foi de 3,47 (As notas variam entre 1 e 5 sendo assim o grau de confiança do respondente ficou entre os conceitos: Razoavelmente confiável e Confiável).

### 4 RESULTADOS DAS ENTREVISTAS COM TURISTAS/VISITANTES DA REGIÃO TURÍSTICA DOS NEGÓCIOS E TRADIÇÕES

#### Perfil do Entrevistado

**Tabela 1:** País de Origem.

	Respondentes	%
Brasil	59	98,3%
Portugal	1	1,7%
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100,0%</b>

**Tabela 2:** Estado de Origem.

	Respondentes	%
GO	53	88,3%
MT	3	5,0%
SE	2	3,3%
RJ	1	1,7%
Não se Aplica <sup>1</sup>	1	1,7%
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100,0%</b>

<sup>1</sup>Obs.: País que não possui divisão territorial em Estados.



**Tabela 3:** Cidade de Origem.

	Respondentes	%
Goiânia	44	73,3%
Várzea Grande	3	5,0%
Trindade	3	5,0%
Aracaju	2	3,3%
Aparecida de Goiânia	2	3,3%
Rio Verde	1	1,7%
Cezarina	1	1,7%
Goianira	1	1,7%
Niterói	1	1,7%
Cidade de Goiás	1	1,7%
Leiria	1	1,7%
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100,0%</b>

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

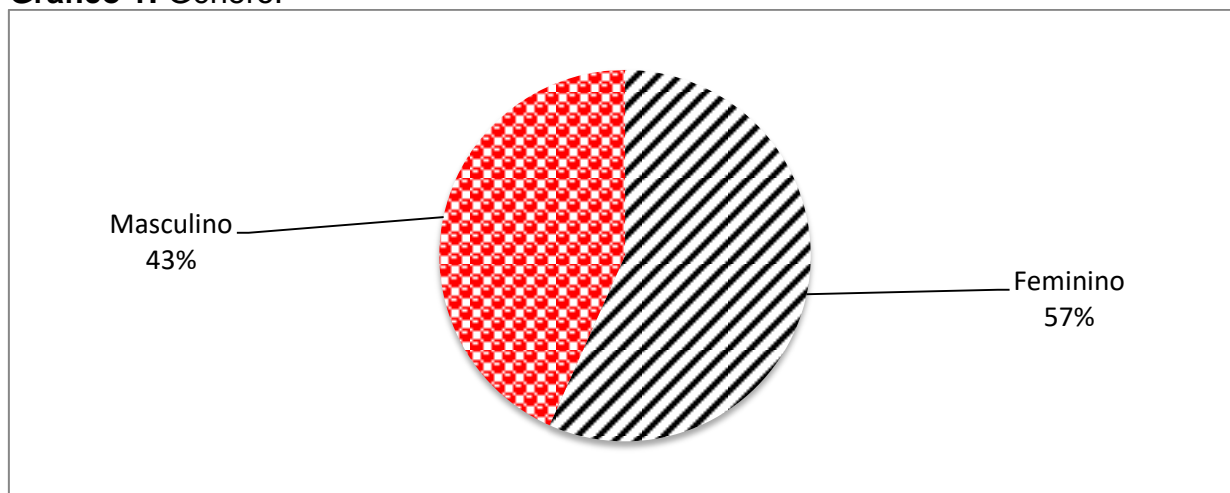
Estado/Cidade	Estado/Cidade
<b>GO</b>	<b>MT</b>
53	3
Goiânia	Várzea Grande
44	3
Trindade	<b>RJ</b>
3	1
Aparecida de Goiânia	Niterói
2	1
Cidade de Goiás	<b>SE</b>
1	2
Rio Verde	Aracaju
1	2
Cezarina	<b>Não se Aplica<sup>1</sup></b>
1	1
Goianira	Leiria
1	1
<b>Total Geral 60</b>	

<sup>1</sup>Obs.: País que não possui divisão territorial em Estados.

**Tabela 5:** Gênero.

	Respondentes	%
Feminino	34	56,7%
Masculino	26	43,3%
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100,0%</b>

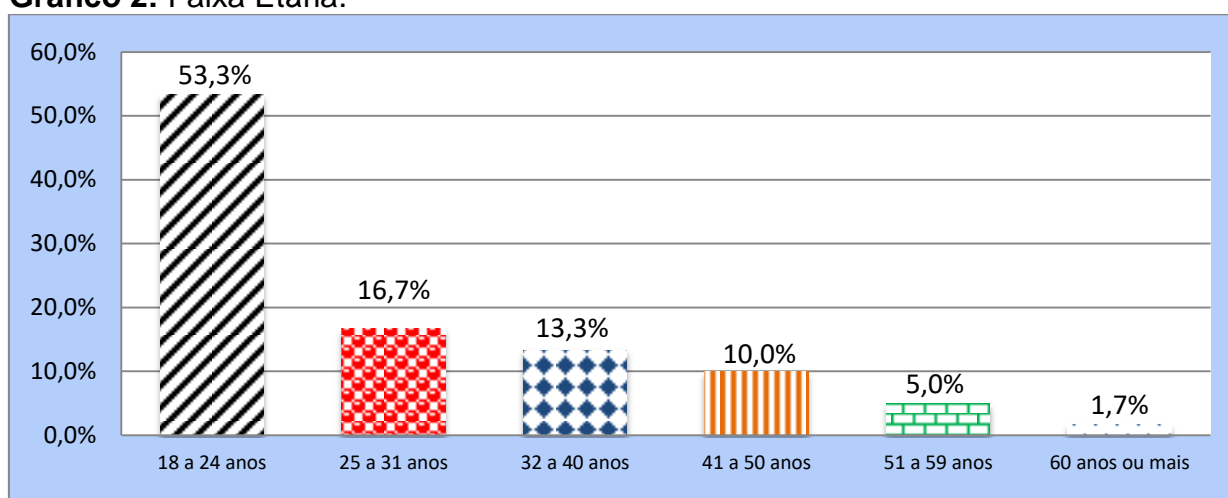
**Gráfico 1:** Gênero.



**Tabela 6:** Faixa Etária.

	Respondentes	%
18 a 24 anos	32	53,3%
25 a 31 anos	10	16,7%
32 a 40 anos	8	13,3%
41 a 50 anos	6	10,0%
51 a 59 anos	3	5,0%
60 anos ou mais	1	1,7%
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100,0%</b>
<b>Média Geral</b>	<b>29,0</b>	

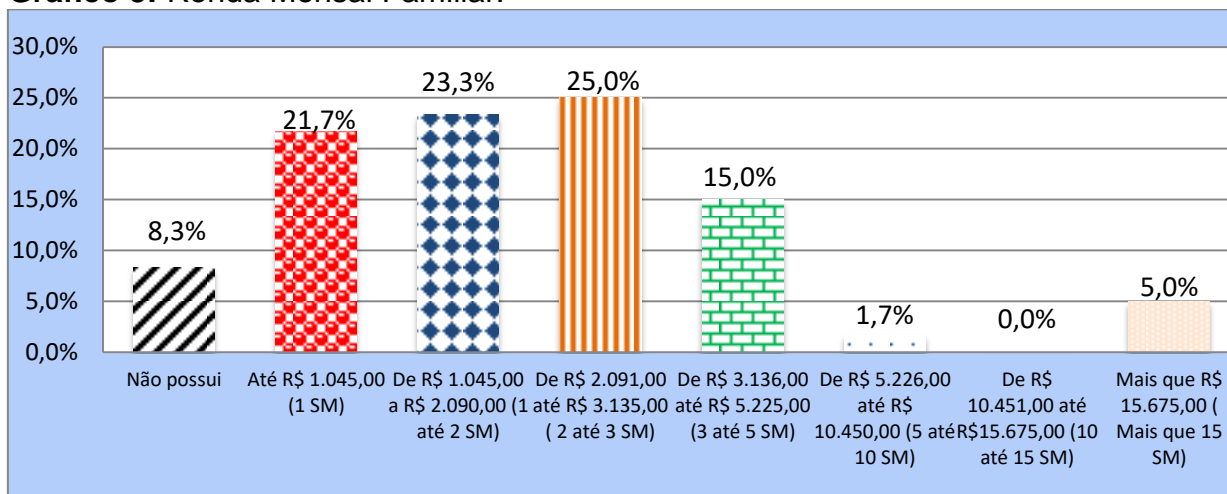
**Gráfico 2:** Faixa Etária.



**Tabela 7:** Renda Mensal Familiar.

	Respondentes	%
Não possui	5	8,3%
Até R\$ 1.045,00 (1 SM)	13	21,7%
De R\$ 1.045,00 a R\$ 2.090,00 (1 até 2 SM)	14	23,3%
De R\$ 2.091,00 até R\$ 3.135,00 (2 até 3 SM)	15	25,0%
De R\$ 3.136,00 até R\$ 5.225,00 (3 até 5 SM)	9	15,0%
De R\$ 5.226,00 até R\$ 10.450,00 (5 até 10 SM)	1	1,7%
De R\$ 10.451,00 até R\$15.675,00 (10 até 15 SM)	0	0,0%
Mais que R\$ 15.675,00 ( Mais que 15 SM)	3	5,0%
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100,0%</b>
<b>Média</b>	<b>R\$ 3.057,33</b>	

**Gráfico 3:** Renda Mensal Familiar.



**Tabela 8:** Profissão.

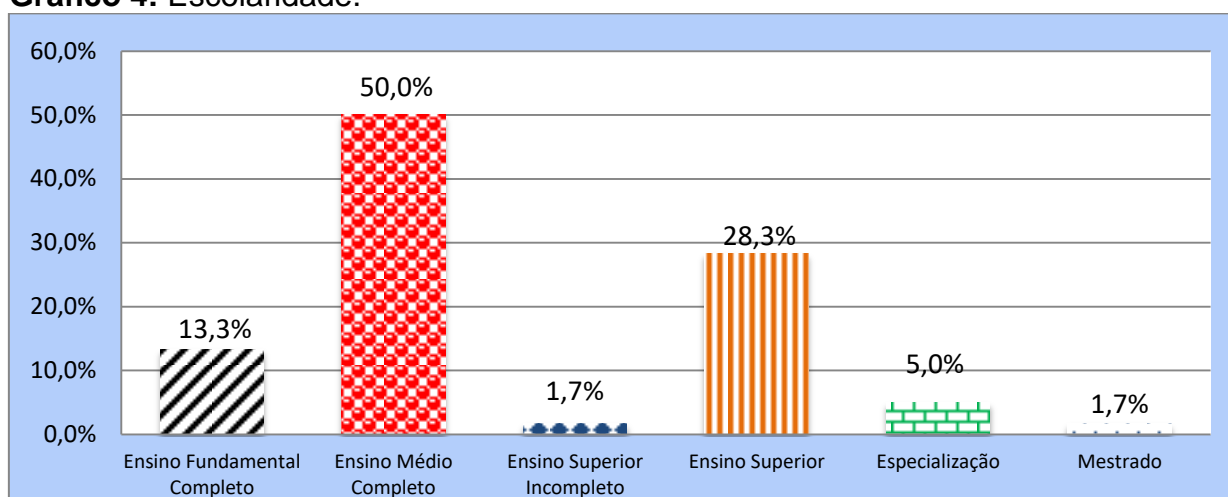
	Respondentes	%
Estudante	12	20,0%
Autônomo (a)	6	10,0%
Motorista	5	8,3%
Vendedora	3	5,0%
Do Lar	3	5,0%
Militar	2	3,3%
Doméstica	2	3,3%
Carpinteiro	1	1,7%
Gerente	1	1,7%
Farmacêutico	1	1,7%
Contadora	1	1,7%
Médica	1	1,7%
Costureira	1	1,7%
Comerciante	1	1,7%
Auxiliar administrativo	1	1,7%
Funcionário público	1	1,7%
Auxiliar de escritório	1	1,7%
Logística	1	1,7%
Pedreiro	1	1,7%
Barbeiro	1	1,7%
Serviços gerais	1	1,7%
Nail Designer	1	1,7%
Técnico em informática	1	1,7%
Balconista	1	1,7%
Polícia	1	1,7%
Empresário	1	1,7%
Técnica em enfermagem	1	1,7%
Estágio	1	1,7%
Tecnólogo	1	1,7%
Estoquista	1	1,7%
Atendente/caixa	1	1,7%

Assistente administrativo	1	1,7%
Não Responderam	2	3,3%
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100,0%</b>

**Tabela 9:** Escolaridade.

	Respondentes	%
Ensino Fundamental Completo	8	13,3%
Ensino Médio Completo	30	50,0%
Ensino Superior Incompleto	1	1,7%
Ensino Superior	17	28,3%
Especialização	3	5,0%
Mestrado	1	1,7%
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100,0%</b>

**Gráfico 4:** Escolaridade.



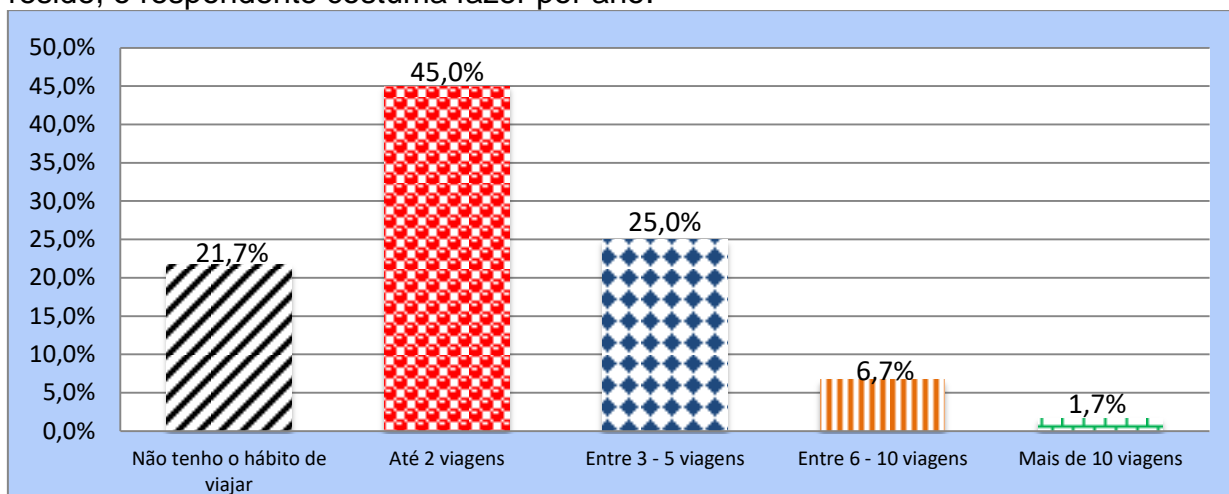
### Hábitos de Viagem (antes da Pandemia COVID-19)

**Tabela 10:** Quantidade de viagens para outro(s) município(s) dentro do estado onde reside, o respondente costuma fazer por ano.

	Respondentes	%
Não tenho o hábito de viajar	13	21,7%
Até 2 viagens	27	45,0%
Entre 3 - 5 viagens	15	25,0%
Entre 6 - 10 viagens	4	6,7%
Mais de 10 viagens	1	1,7%
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100,0%</b>



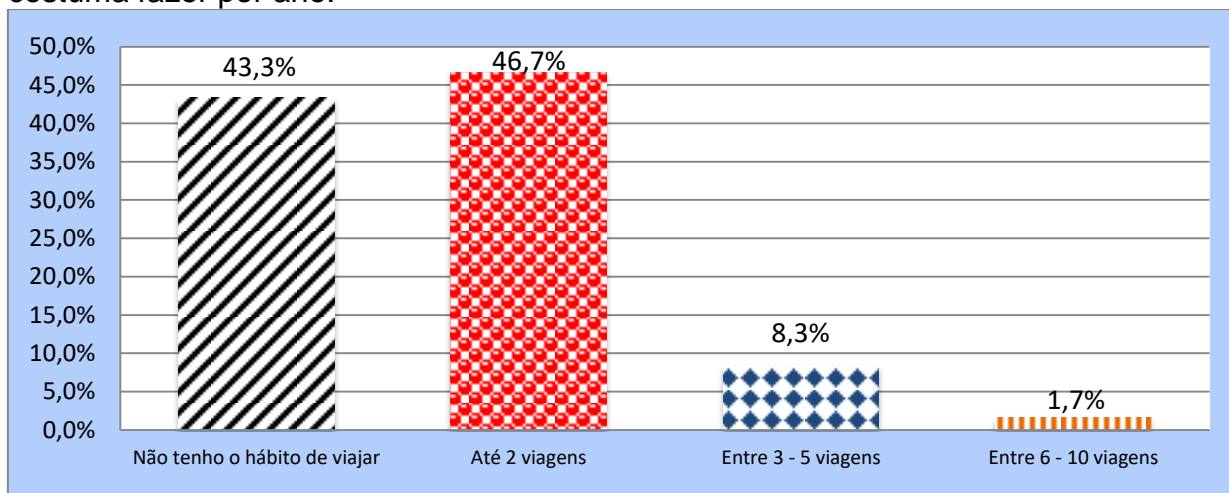
**Gráfico 5:** Quantidade de viagens para outro(s) município(s) dentro do estado onde reside, o respondente costuma fazer por ano.



**Tabela 11:** Quantidade de viagens para fora do estado onde reside, o respondente costuma fazer por ano.

	Respondentes	%
Não tenho o hábito de viajar	26	43,3%
Até 2 viagens	28	46,7%
Entre 3 - 5 viagens	5	8,3%
Entre 6 - 10 viagens	1	1,7%
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100,0%</b>

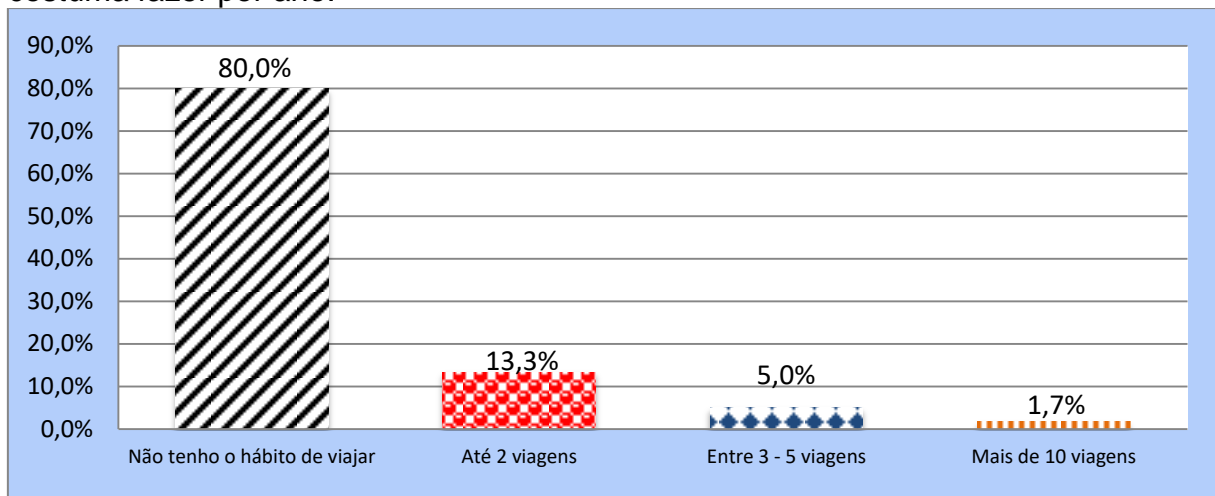
**Gráfico 6:** Quantidade de viagens para fora do estado onde reside, o respondente costuma fazer por ano.



**Tabela 12:** Quantidade de viagens para fora do país onde reside, o respondente costuma fazer por ano.

	Respondentes	%
Não tenho o hábito de viajar	48	80,0%
Até 2 viagens	8	13,3%
Entre 3 - 5 viagens	3	5,0%
Mais de 10 viagens	1	1,7%
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100,0%</b>

**Gráfico 7:** Quantidade de viagens para fora do país onde reside, o respondente costuma fazer por ano.



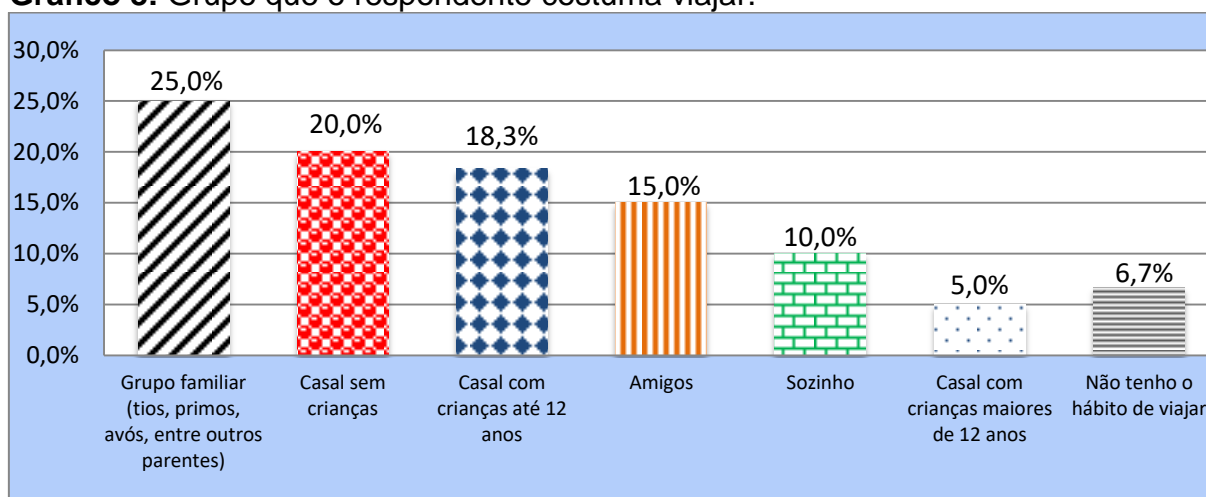
**Tabela 13:** Tipo de viagem que mais se encaixa no perfil de viajante do respondente.

	Respondentes	%
Viagens de férias	26	43,3%
Viagens de fim de semana e/ou feriados	25	41,7%
Viagens como Backpacker ou mochileiro	4	6,7%
Viagens de Negócios / Eventos	1	1,7%
Viagens como profissional do turismo	2	3,3%
Não tenho o hábito de viajar	2	3,3%
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100,0%</b>

**Tabela 14:** Grupo que o respondente costuma viajar.

	Respondentes	%
Grupo familiar (tios, primos, avós, entre outros parentes)	15	25,0%
Casal sem crianças	12	20,0%
Casal com crianças até 12 anos	11	18,3%
Amigos	9	15,0%
Sozinho	6	10,0%
Casal com crianças maiores de 12 anos	3	5,0%
Não tenho o hábito de viajar	4	6,7%
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100,0%</b>

**Gráfico 8:** Grupo que o respondente costuma viajar.



**Tabela 15:** Meios de informações que o respondente utiliza para programar as viagens.

	Número de Respostas	%
Dicas de amigos	37	61,7%
Buscas no Google	18	30,0%
Agência de viagens	11	18,3%
Instagram de viagens	11	18,3%
Sites Especializados (TripAdvisor, Lonely Planet e outros)	7	11,7%
Facebook	6	10,0%
Youtube	4	6,7%
Revistas e Jornais	4	6,7%
Programas de TV	4	6,7%
Mídias sociais da Goiás Turismo	3	5,0%
Blogs	1	1,7%

Não tenho o hábito de viajar 2 3,3%

**Tabela 16:** Principal meio de transporte que o respondente utiliza em suas viagens.

	Respondentes	%
Carro	35	58,3%
Ônibus de linha regular	10	16,7%
Avião	7	11,7%
Por meio de excursão organizada por agências de viagens	4	6,7%
Carona ou por aplicativo de carona	1	1,7%
Ônibus de Turismo	1	1,7%
Não tenho o hábito de viajar	2	3,3%
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100,0%</b>

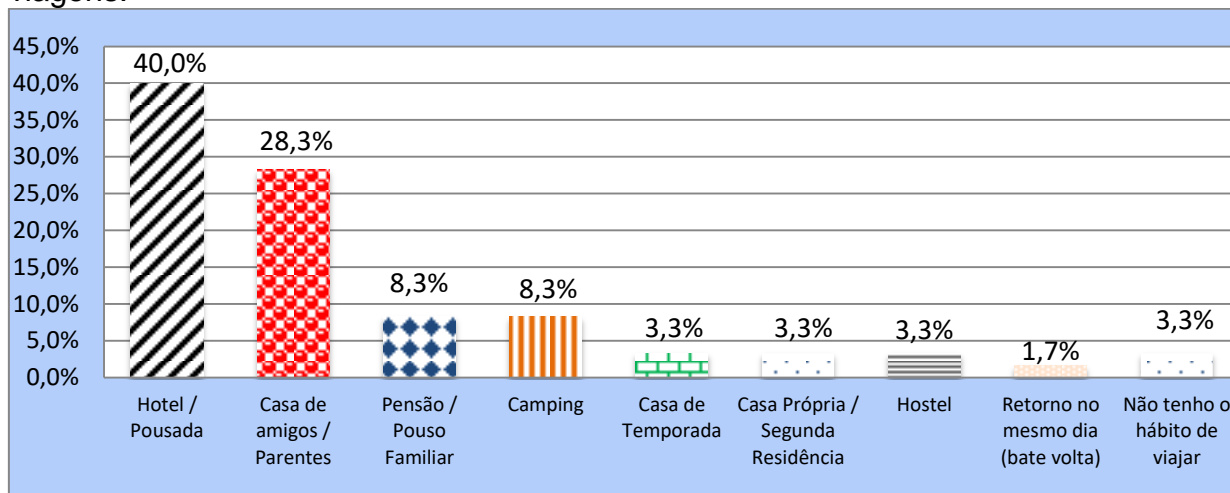
**Tabela 17:** Segmento turístico que faz parte da escolha mais frequente nas viagens a lazer dos respondentes.

	Respondentes	%
Sol e Praia	19	31,7%
Turismo de Lazer / Águas termais	9	15,0%
Turismo de Natureza	8	13,3%
Turismo Rural	7	11,7%
Turismo Alternativo	7	11,7%
Turismo de Aventura	3	5,0%
Turismo de Compras	2	3,3%
Histórico-Culturais	2	3,3%
Turismo Religioso	1	1,7%
Não tenho o hábito de viajar	2	3,3%
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100,0%</b>

**Tabela 18:** Meio de hospedagem que o respondente costuma utilizar em suas viagens.

	Respondentes	%
Hotel / Pousada	24	40,0%
Casa de amigos / Parentes	17	28,3%
Pensão / Pousa Familiar	5	8,3%
Camping	5	8,3%
Casa de Temporada	2	3,3%
Casa Própria / Segunda Residência	2	3,3%
Hostel	2	3,3%
Retorno no mesmo dia (bate volta)	1	1,7%
Não tenho o hábito de viajar	2	3,3%
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100,0%</b>

**Gráfico 9:** Meio de hospedagem que o respondente costuma utilizar em suas viagens.

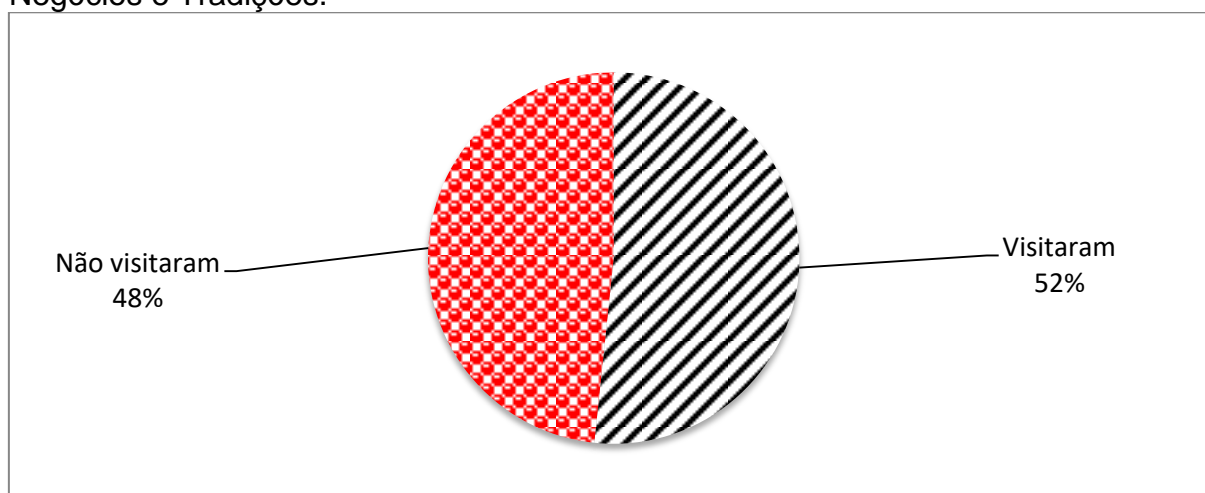


### Sobre a Região Turística dos Negócios e Tradições

**Tabela 19:** Proporção de respondentes que visitaram a Região Turística dos Negócios e Tradições.

	Respondentes	%
Visitaram	31	51,7%
Não visitaram	29	48,3%
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100,0%</b>

**Gráfico 10:** Proporção de respondentes que visitaram a Região Turística dos Negócios e Tradições.

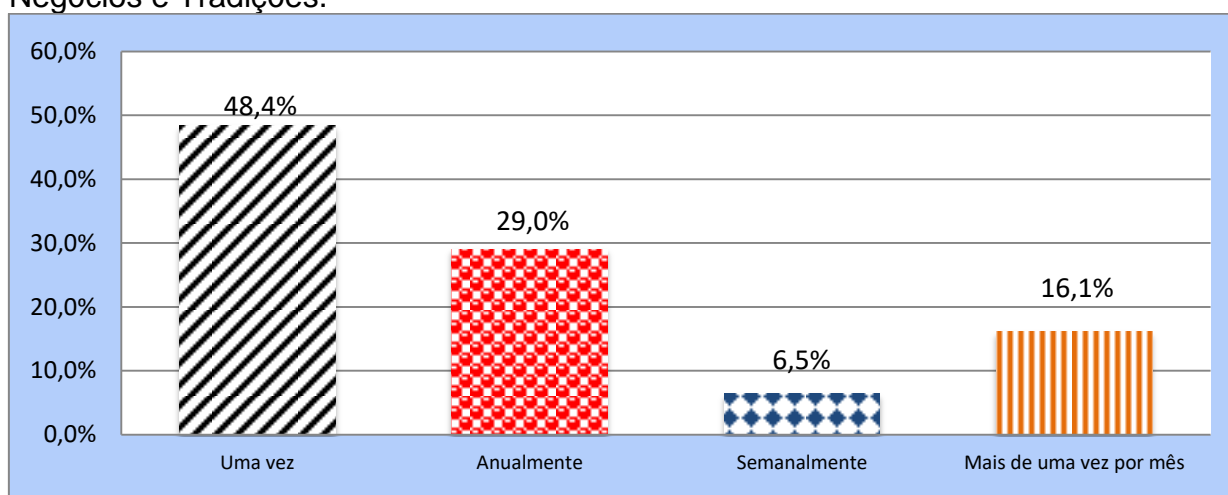




**Tabela 20:** Frequência que os respondentes visitam a Região Turística dos Negócios e Tradições.

	Respondentes	%
Uma vez	15	48,4%
Anualmente	9	29,0%
Semanalmente	2	6,5%
Mais de uma vez por mês	5	16,1%
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>100,0%</b>

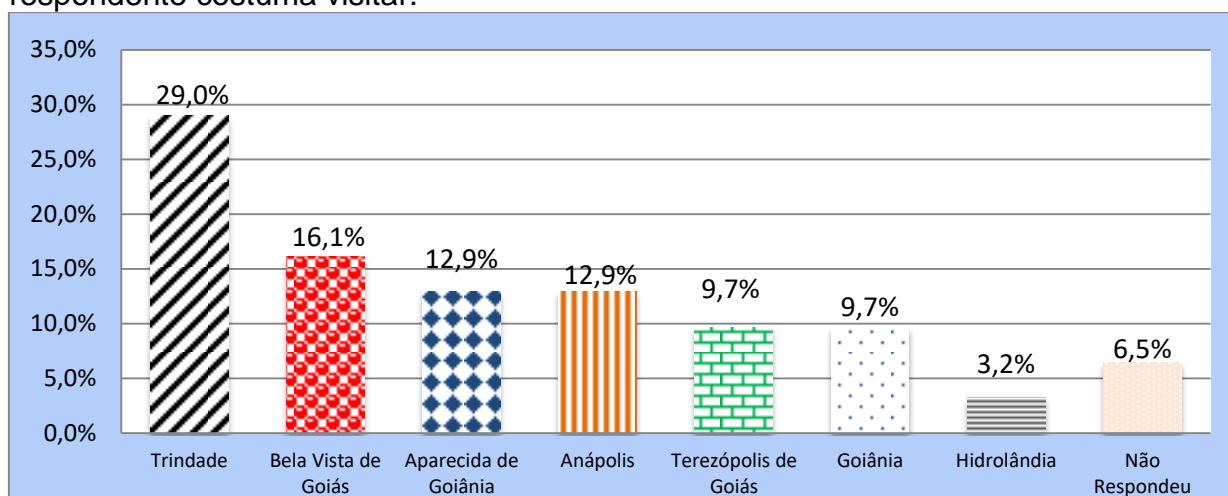
**Gráfico 11:** Frequência que os respondentes visitam a Região Turística dos Negócios e Tradições.



**Tabela 21:** Município da Região Turística dos Negócios e Tradições que o respondente costuma visitar.

	Respondentes	%
Trindade	9	29,0%
Bela Vista de Goiás	5	16,1%
Aparecida de Goiânia	4	12,9%
Anápolis	4	12,9%
Terezópolis de Goiás	3	9,7%
Goiânia	3	9,7%
Hidrolândia	1	3,2%
Não Respondeu	2	6,5%
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>100,0%</b>

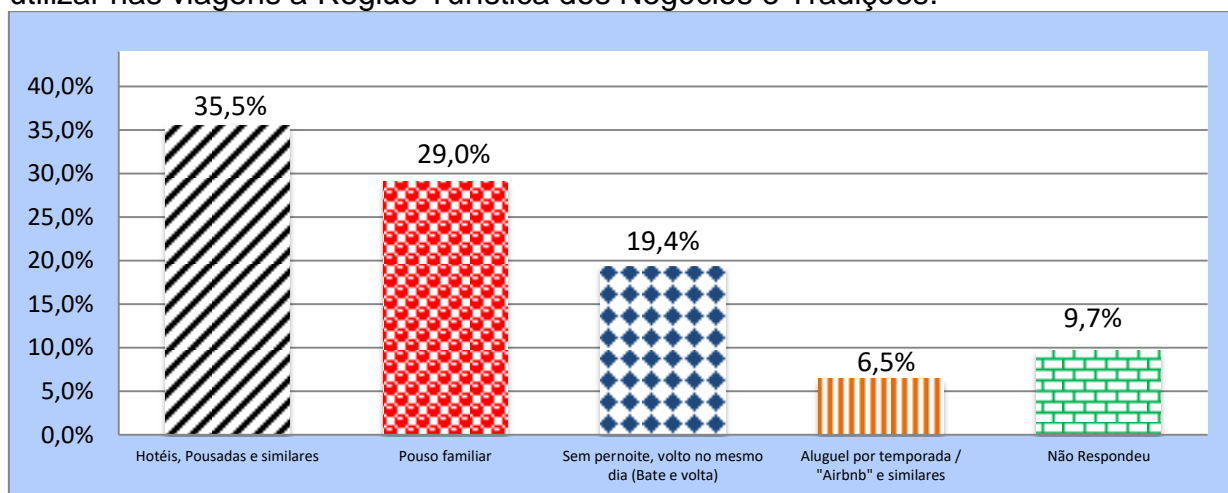
**Gráfico 12:** Município da Região Turística dos Negócios e Tradições que o respondente costuma visitar.



**Tabela 22:** Tipo de equipamento de hospedagem que o respondente costuma utilizar nas viagens a Região Turística dos Negócios e Tradições.

	Respondentes	%
Hotéis, Pousadas e similares	11	35,5%
Pouso familiar	9	29,0%
Sem pernoite, volto no mesmo dia (Bate e volta)	6	19,4%
Aluguel por temporada / "Airbnb" e similares	2	6,5%
Não Respondeu	3	9,7%
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>100,0%</b>

**Gráfico 13:** Tipo de equipamento de hospedagem que o respondente costuma utilizar nas viagens a Região Turística dos Negócios e Tradições.



**Tabela 23:** Tipo de atratividade que motiva a ida do respondente a Região Turística dos Negócios e Tradições.

	Número de Respostas	%
Feiras	22	36,7%
Trilhas com rios e cachoeiras	17	28,3%
Parentes e Amigos	16	26,7%
Compras	16	26,7%
Gastronomia	12	20,0%
Shows e Eventos Culturais	10	16,7%
Parques	9	15,0%
Festas Religiosas	9	15,0%
Esportes de Aventura	8	13,3%
Comunidades e sua Cultura	4	6,7%
Arquitetura	4	6,7%
Turismo de Base Comunitária	3	5,0%
Ciclo Turismo	3	5,0%
Negócios	2	3,3%

**Tabela 24:** Atrativo da Região Turística dos Negócios e Tradições no qual o respondente não deixaria de visitar.

	Respondentes	%	Motivo
Feiras	5	8,3%	Tem muitas opções de coisas para se ver e comprar Conhecer a venda local Atrativo muito bom chama atenção dos turistas por sua diversidade de coisas boas Tem muitos produtos atrativos
Trilhas com rios e/ou cachoeiras	4	6,7%	Sou um amante da natureza Gosto da natureza
Cachoeiras	3	5,0%	São magníficas
Parques	2	3,3%	Amo as florestas
Parentes e amigos	2	3,3%	Família em primeiro lugar
Santuário Basílica do Divino Pai Eterno	2	3,3%	Traz renovo espiritual
Rios e cachoeiras	2	3,3%	Tenho uma conexão muito grande com esse ambiente
Compras	2	3,3%	Não Respondeu
Festas religiosas	2	3,3%	Não Respondeu
Pecuária de Goiânia	1	1,7%	Não Respondeu
Terezópolis de Goiás	1	1,7%	Gastronomia
Festa de julho	1	1,7%	É uma época boa para comprar coisas baratas e aproveitar a cidade
Ciclo turismo	1	1,7%	Não Respondeu
Trindade	1	1,7%	Festa religiosa
Arquitetura	1	1,7%	Não Respondeu
Centros turísticos e cachoeiras	1	1,7%	O que mais me chama atenção

Hidrolândia	1	1,7%	Por causa da jabuticaba
Shows	1	1,7%	Gosto bastante
Artesanato local	1	1,7%	Não Respondeu
Trilhas	1	1,7%	Não Respondeu
Esporte	1	1,7%	Não Respondeu
Festa do Divino Pai Eterno	1	1,7%	Não Respondeu
Família	1	1,7%	Não Respondeu
Gastronomia	1	1,7%	Não Respondeu
Não Responderam	21	35,0%	Não Respondeu
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100,0%</b>	

**Tabela 25:** Atrativo que o respondente tem interesse em conhecer na Região Turística dos Negócios e Tradições.

	Número de Respostas	%
Fazenda Santa Branca (Terezópolis de Goiás)	24	40,0%
Parque Ambiental Ipiranga (Anápolis)	21	35,0%
Serra das Areias (Aparecida de Goiânia)	18	30,0%
Jaboticabal (Hidrolândia)	15	25,0%
Lago Municipal (Nerópolis)	10	16,7%
Região da 44 (Goiânia)	10	16,7%
Santuário Basílica do Divino Pai Eterno (Trindade)	8	13,3%
Lago Sussuapara (Bela Vista de Goiás)	6	10,0%

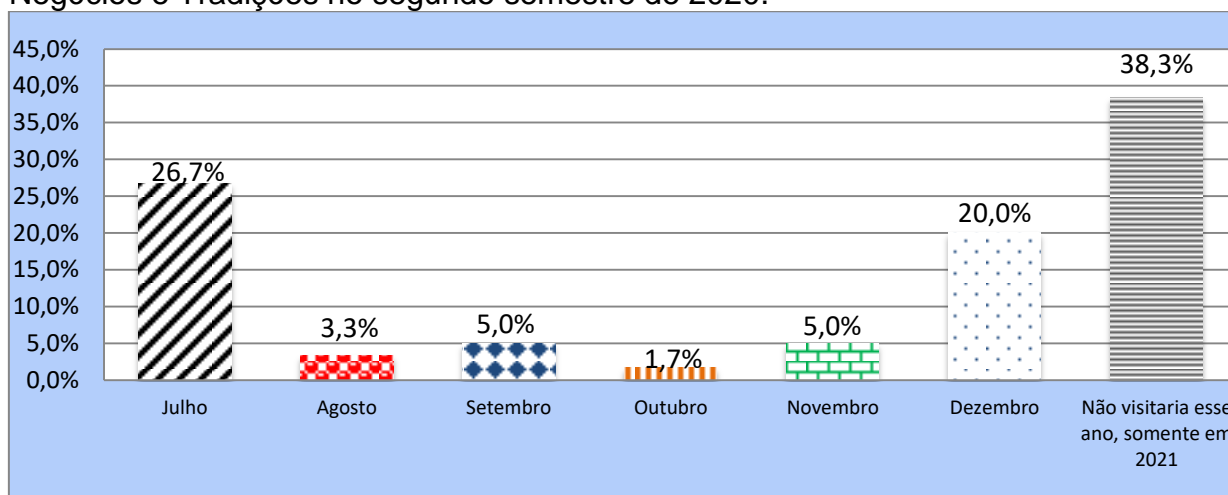
**Tabela 26:** Festivais e festejos da Região Turística dos Negócios e Tradições que os respondentes gostariam de participar.

	Números de Respostas	%
Pecuária de Goiânia	35	58,3%
TereÔxente	14	23,3%
Festa do Divino Pai Eterno (Trindade)	14	23,3%
Mostra de Teatro de Anápolis	14	23,3%
Pecuária de Aparecida de Goiânia	13	21,7%
Pecuária de Hidrolândia	11	18,3%
Festival Gastronômico (Terezópolis de Goiás)	7	11,7%
Carnaval (Nerópolis)	6	10,0%
Festa de Julho (Bela Vista de Goiás)	6	10,0%
Festival da Primavera	1	1,7%

**Tabela 27:** Mês de preferência do respondente para visitar a Região Turística dos Negócios e Tradições no segundo semestre de 2020.

	Respondentes	%
Julho	16	26,7%
Agosto	2	3,3%
Setembro	3	5,0%
Outubro	1	1,7%
Novembro	3	5,0%
Dezembro	12	20,0%
Não visitaria esse ano, somente em 2021	23	38,3%
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100,0%</b>

**Gráfico 14:** Mês de preferência do respondente para visitar a Região Turística dos Negócios e Tradições no segundo semestre de 2020.



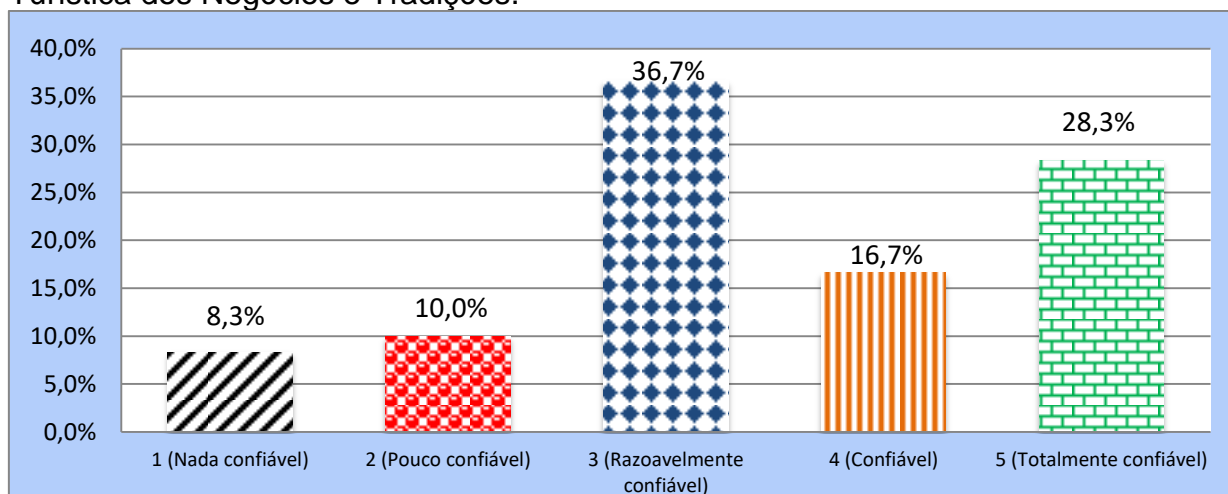
**Tabela 28:** Grau de confiabilidade do respondente na região, nesse período de pandemia e possível retomada da atividade do Turismo nos destinos da Região Turística dos Negócios e Tradições.

	Respondentes	%
1 (Nada confiável)	5	8,3%
2 (Pouco confiável)	6	10,0%
3 (Razoavelmente confiável)	22	36,7%
4 (Confiável)	10	16,7%
5 (Totalmente confiável)	17	28,3%
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100,0%</b>
<b>Média</b>	<b>3,47</b>	

**Obs.:** Notas variam em uma escala de 1 a 5, sendo 1 Nada Confiável e 5 Totalmente Confiável.



**Gráfico 15:** Grau de confiabilidade do respondente na região, nesse período de pandemia e possível retomada da atividade do Turismo nos destinos da Região Turística dos Negócios e Tradições.



**Obs.:** Notas variam em uma escala de 1 a 5, sendo 1 Nada Confiável e 5 Totalmente Confiável.

**Tabela 29:** Avaliação pelo respondente dos itens no que se refere ao desejo/motivação de visitar a Região Turística dos Negócios e Tradições.

	Nada Importante	Pouco Importante	Indiferente	Importante	Muito Importante	Nota Média
Satisfação pessoal por meio de ambiente diferente ou de recompensa interpessoal	8,3%	26,7%	6,7%	26,7%	31,7%	3,47
Necessidade de escapar do ambiente interpessoal associado ao desejo de obter recompensas pessoais	10,0%	25,0%	11,7%	28,3%	25,0%	3,33
Necessidade de fuga do cotidiano	6,7%	20,0%	6,7%	26,7%	40,0%	3,73
Intelectual: Conduz a práticas de lazer envolvendo atividades mentais – aprender, explorar, descobrir, pensar e imaginar	15,0%	18,3%	0,0%	30,0%	36,7%	3,55

Social: Lazer por razões sociais, relacionado à amizade e à necessidade de estima de terceiros	11,7%	15,0%	5,0%	33,3%	35,0%	3,65
Estímulo-escapismo: Fuga de cotidiano excessivamente estimulante	3,3%	23,3%	8,3%	25,0%	40,0%	3,75
Motivadores físicos: Descanso do corpo e da mente, saúde, esporte e lazer	5,0%	20,0%	3,3%	26,7%	45,0%	3,87
Motivadores culturais: Busca pelo conhecimento em relação a outras culturas	8,3%	18,3%	8,3%	23,3%	41,7%	3,72
Motivadores interpessoais: Desejo de conhecer outras pessoas, visitar amigos e parentes, fugir de relacionamentos rotineiros	6,7%	18,3%	8,3%	31,7%	35,0%	3,70
Motivadores de status e prestígio: Procura pelo desenvolvimento pessoal, continuidade educacional, atendimento à aspiração por reconhecimento	11,7%	16,7%	11,7%	26,7%	33,3%	3,53
Por saúde: São viagens para locais especializados em técnicas de rejuvenescimento	6,7%	23,3%	13,3%	21,7%	35,0%	3,55

Por desejo de mudança: Busca a compensação ao sentimento de rejeição cotidiana proveniente do meio ambiente, do trabalho, do núcleo familiar ou social e da vida na cidade

16,7%	16,7%	11,7%	25,0%	30,0%	3,35
-------	-------	-------	-------	-------	------

Para fazer compras: Procura por itens típicos da localidade ou por artigos disponíveis em seu local de origem por um valor mais baixo

11,7%	21,7%	8,3%	25,0%	33,3%	3,47
-------	-------	------	-------	-------	------

Para descansar: Tem o intuito de livrar-se da sensação de exaustão provocado pelo trabalho, família ou vida urbana

3,3%	20,0%	1,7%	30,0%	45,0%	3,93
------	-------	------	-------	-------	------

Para praticar esportes: A atratividade principal do destino é a prática de um esporte, em relação ao qual a pessoa já possui habilidade ou que constitui o seu preferido

10,0%	25,0%	5,0%	28,3%	31,7%	3,47
-------	-------	------	-------	-------	------

A motivação principal, é viver experiências de grande valor simbólico, interagir e usufruir da Natureza

6,7%	18,3%	3,3%	31,7%	40,0%	3,80
------	-------	------	-------	-------	------

Os benefícios percebidos da viagem de aventura, são as novas descobertas, a sensação de crescimento pessoal ampliada, oportunidades educacionais, alegria e divertimento, oportunidades de viagem melhores, a participação em atividades de recreação de aventura em ambiente ao ar livre, ou a interação com o ambiente

10,0%	15,0%	6,7%	30,0%	38,3%	3,72
-------	-------	------	-------	-------	------

**Nota Média Geral**

**3,62**

**Obs.:** Notas variam em uma escala de 1 a 5, sendo 1 Nada Importante e 5 Muito Importante.

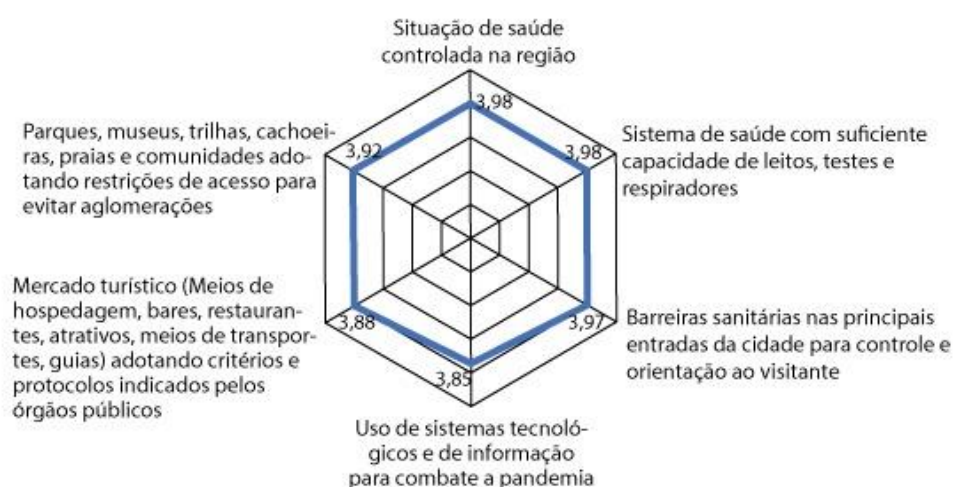
**Tabela 30:** Medidas sanitárias que o respondente considera importante a serem adotadas pelo destino para a segurança da sua saúde, em suas viagens futuras.

	Nada Importante	Pouco Importante	Indiferente	Importante	Muito Importante	Nota Média
Situação de saúde controlada na região	3,33%	15,00%	6,67%	30,00%	45,00%	3,98
Sistema de saúde com suficiente capacidade de leitos, testes e respiradores	3,33%	16,67%	6,67%	25,00%	48,33%	3,98
Barreiras sanitárias nas principais entradas da cidade para controle e orientação ao visitante	1,67%	20,00%	6,67%	33,33%	38,33%	3,87

Uso de sistemas tecnológicos e de informação para combate a pandemia	1,67%	16,67%	6,67%	33,33%	41,67%	3,97
Mercado turístico (Meios de hospedagem, bares, restaurantes, atrativos, meios de transportes, guias) adotando critérios e protocolos indicados pelos órgãos públicos	5,00%	18,33%	5,00%	30,00%	41,67%	3,85
Parques, museus, trilhas, cachoeiras, praias e comunidades adotando restrições de acesso para evitar aglomerações	5,00%	13,33%	6,67%	38,33%	36,67%	3,88
<b>Nota Média Geral</b>						<b>3,92</b>

**Obs.:** Notas variam em uma escala de 1 a 5, sendo 1 Nada Importante e 5 Muito Importante.

**Gráfico 16:** Medidas sanitárias que o respondente considera importante a serem adotadas pelo destino para a segurança da sua saúde, em suas viagens futuras.



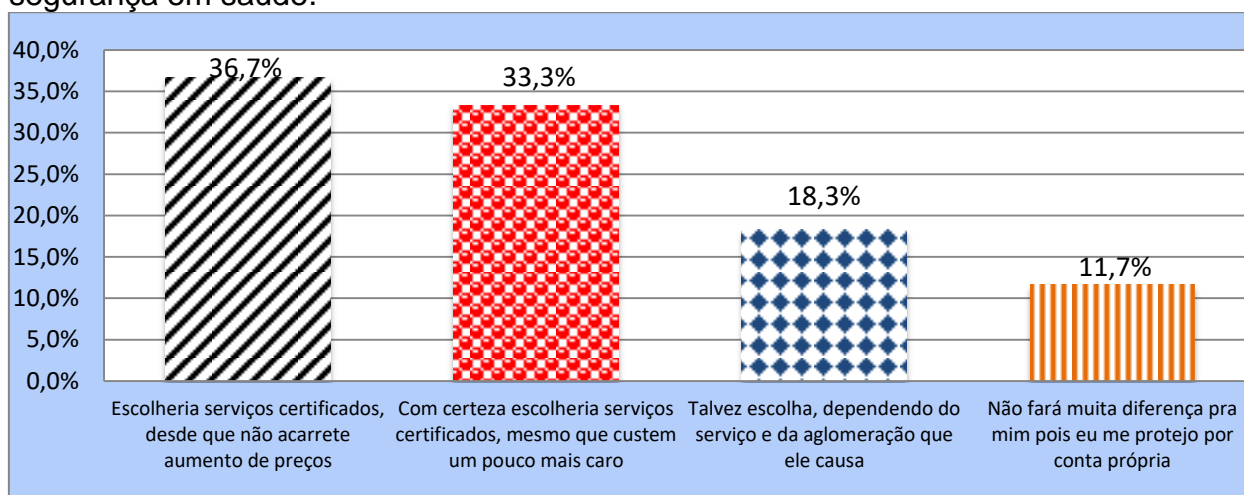
**Obs.:** Notas variam em uma escala de 1 a 5, sendo 1 Nada Importante e 5 Muito Importante.



**Tabela 31:** Reação do respondente se a Região Turística dos Negócios e Tradições oferecer um selo de certificação dos serviços turísticos que adotarem protocolos de segurança em saúde.

	Respondentes	%
Escolheria serviços certificados, desde que não acarrete aumento de preços	22	36,7%
Com certeza escolheria serviços certificados, mesmo que custem um pouco mais caro	20	33,3%
Talvez escolha, dependendo do serviço e da aglomeração que ele causa	11	18,3%
Não fará muita diferença pra mim pois eu me protejo por conta própria	7	11,7%
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100,0%</b>

**Gráfico 17:** Reação do respondente se a Região Turística dos Negócios e Tradições oferecer um selo de certificação dos serviços turísticos que adotarem protocolos de segurança em saúde.



**Tabela 32:** Atividades turísticas que o respondente considera confiável para usufruir ao realizar suas viagens, após o período da Pandemia.

	Número de Respostas	%
Passeios e trilhas, visita a cachoeira em grupos	33	55,0%
Visita aos museus, centros culturais, cinemas	18	30,0%
Eventos, shows e festivais ao ar livre	18	30,0%

Restaurantes sem áreas ao ar livre	11	18,3%
Passeios e trilhas, visita a cachoeira sozinho	10	16,7%
Visita a comunidades isoladas e/ou rurais	7	11,7%
Meios de transportes em grupo (vans, jeeps e barcos)	4	6,7%
Hospedagem coletivas (tipo hostel)	1	1,7%

### Comentários

**Tabela 33:** Comentários.

	Respondentes
Usar máscara e álcool em gel	2
Tudo muito importante	1
Segurança em primeiro lugar	1
A prevenção é individual, faça sua parte e pare de policiar as pessoas (se você acredita que máscara previne o contágio, ok; use-a , mas não tente forçar as pessoas a usarem) se alguém está sem máscara, e você está com a sua, parabéns, você cuidou da sua vida	1
Diálogo é a peça fundamental de um relacionamento saudável entre as pessoas e o estado	1
Todo conhecimento a respeito da pandemia no local deve ser levado em conta e sempre procurar lugares onde ocorra seguimento das regras impostas pela vigilância sanitária	1
Distanciamento social	1
Uso de termômetro e teste rápido	1
Festas religiosas porque traz renovo espiritual	1
Passeios ao ar livre, toma banho nas cachoeiras é muito bom por ser tudo no ar livre a gente tem um espaço grande pra circulação, evitando aglomeração, e mesmo assim continuamos nos prevenindo	1
Inserir mais opções de Ecoturismo na região	1
Sem aglomerados acho importante isso	1
Lugar grande bem ventilado e com pouco público	1
Todos devem procurar o melhor para sua segurança, e saúde	1
Máscara e teste	1
Cuidados e muito álcool em gel	1
Um acompanhamento minucioso sobre a região e qual estado ela está sobre a pandemia, os números, o controle do governo sobre a situação que impera	1
Não volte antes da vacina, irresponsabilidade se acontecer isso	1
Viagem com segurança	1
O povo brasileiro deveria levar mais a sério esse problema que vem desestruturando a humanidade, manter-se em isolamento, sair de casa só quem é obrigado a ir para o trabalho, só assim ultrapassaremos essa situação	1
<b>Total</b>	<b>21</b>



## INSTRUMENTO DE PESQUISA

### Pesquisa: Melhores práticas de sanitização para receber Turistas/Visitantes.

Prezado(a) Turista/Visitante,

Sabemos que a pandemia COVID-19 vai exigir grandes mudanças em nossos comportamentos e hábitos. A Região Turística dos Negócios e Tradições vem se organizando e adotando os mais recomendados e rigorosos protocolos de saúde para que você, visitante/turista, seja recebido com segurança.

Com o objetivo de oferecer melhor atendimento, quando for possível a reabertura do acesso aos nossos belos e inesquecíveis atrativos turísticos, convidamos você, turista/visitante, a responder este breve formulário, para melhor adaptarmos nossas práticas sanitárias às suas necessidades.

Sua colaboração em muito nos ajudará, pois só com o envolvimento e engajamento de todos(as), a Região Turística dos Negócios e Tradições continuará sendo um destino turístico de destaque.

Orientações para preenchimento:

1. Este formulário deve ser respondido por uma pessoa que não reside na Região Turística dos Negócios e Tradições (Goiânia, Anápolis, Aparecida de Goiânia, Terezópolis de Goiás, Nerópolis, Hidrolândia, Trindade e Bela Vista de Goiás).

2. Leia atentamente as perguntas e, sempre que possível, seja claro e detalhado nas respostas.

3. Fique atento às perguntas que permitem respostas múltiplas.

4. Favor responder apenas um formulário por família ou organização.

Esta pesquisa foi elaborada pelo Observatório do Turismo do Estado de Goiás da Goiás Turismo

**\*Obrigatório**

1. Endereço de email \*

\_\_\_\_\_

2. 1. Gênero: \*

Marcar apenas uma oval.

Feminino

Masculino

Prefiro não informar

Outra: \_\_\_\_\_

3. 2. Idade: \*

\_\_\_\_\_

4. 3. Qual é a sua formação acadêmica ? \*

Marcar apenas uma oval.

Ensino fundamental Completo

Ensino Médio Completo

Graduação

Especialização

Mestrado

Doutorado

Outra: \_\_\_\_\_

5. 3.1 Profissão:

\_\_\_\_\_

6. 4. Qual é a sua faixa de renda familiar em Salários Mínimos (SM) ? \*

Marcar apenas uma oval.

- Até R\$ 1.045,00 (1 SM)
- De R\$ 1.045,00 a R\$ 2.090,00 (1 até 2 SM)
- De R\$ 2.091,00 até R\$ 3.135,00 (2 até 3 SM)
- De R\$ 3.136,00 até R\$ 4.180,00 (3 até 4 SM)
- De R\$ 4.181,00 até R\$ 5.225,00 (4 até 5 SM)
- De R\$ 5.226,00 até R\$ 7.315,00 (5 até 7 SM)
- De R\$ 7.315,00 até R\$ 10.450,00 (7 até 10 SM)
- De R\$ 10.451,00 até R\$15.675,00 (10 até 15 SM)
- Mais que R\$ 15.675,00 ( Mais que 15 SM)
- Não possui

7. 5. Qual é o seu Estado de residência? \*

Marcar apenas uma oval.

- Distrito Federal
- Goiás
- Outra: \_\_\_\_\_

8. 5.1 Qual é a sua Cidade de residência? \*

\_\_\_\_\_

9. 5.2 Em qual país você reside? \*

Marcar apenas uma oval.

- Brasil
- Outra: \_\_\_\_\_

10. 6. Quantas viagens para outro(s) município(s) dentro do estado onde reside você costuma fazer por ano? \*

Marcar apenas uma oval.

- Até 2 viagens
- Entre 3 - 5 viagens
- Entre 6 - 10 viagens
- Mais de 10 viagens
- Não tenho o hábito de viajar

11. 6.1 Quantas viagens para fora do seu estado você costuma fazer por ano? \*

Marcar apenas uma oval.

- Até 2 viagens
- Entre 3 - 5 viagens
- Entre 6 - 10 viagens
- Mais de 10 viagens
- Não tenho o hábito de viajar

12. 6.2 Quantas viagens para fora do seu país você costuma fazer por ano? \*

Marcar apenas uma oval.

- Até 2 viagens
- Entre 3 - 5 viagens
- Entre 6 - 10 viagens
- Mais de 10 viagens
- Não tenho o hábito de viajar



13. 6.3 Qual tipo de viagem que mais encaixa no seu perfil de viajante ? \* 15. 6.5 Por quais meios você busca informações para programar as suas viagens? \*

Marcar apenas uma oval.

- Viagens de fim de semana e/ou feriados  
 Viagens de férias  
 Viagens de Negócios / Eventos  
 Viagens como profissional do turismo  
 Viagens como Backpacker ou mochileiro  
 Outra: \_\_\_\_\_

14. 6.4 Com quem costuma viajar? \*

Marcar apenas uma oval.

- Casal sem crianças  
 Casal com crianças até 12 anos  
 Casal com crianças maiores de 12 anos  
 Grupo familiar (tios, primos, avós, entre outros parentes)  
 Amigos  
 Sozinho  
 Não tenho o hábito de viajar

Marcar tudo o que for aplicável.

- Dicas de amigos  
 Agência de viagens  
 Revistas e Jornais  
 Programas de TV  
 Buscas no Google  
 Sites Especializados (TripAdvisor, Lonely Planet e outros)  
 Instagram de viagens  
 Facebook  
 Youtube  
 Blogs  
 Mídias sociais da Goiás Turismo

Outra:  \_\_\_\_\_

16. 6.6 Qual o principal meio de transporte que você utiliza em suas viagens? \*

Marcar apenas uma oval.

- Carro  
 Avião  
 Ônibus de linha regular  
 Carona ou por aplicativo de carona  
 Por meio de excursão organizada por agências de viagens  
 Outra: \_\_\_\_\_

17. 6.7 Qual o segmento turístico que faz parte da sua escolha mais frequente em suas viagens a lazer? \*

Marcar apenas uma oval.

- Sol e Praia  
 Histórico-Culturais  
 Turismo de Aventura  
 Turismo de Natureza  
 Turismo de Lazer / Águas termais  
 Turismo Rural  
 Turismo de Compras  
 Turismo Religioso  
 Turismo Alternativo  
 Turismo Místico / Esotérico  
 Turismo de Saúde  
 Outra: \_\_\_\_\_

18. 6.8 Que tipo de meio de hospedagem costuma utilizar em suas viagens? \*

Marcar apenas uma oval.

- Hotel / Pousada  
 Casa de Temporada  
 Hostel  
 Camping  
 Pensão / Pouso Familiar  
 Casa de amigos / Parentes  
 Casa Própria / Segunda Residência  
 Outra: \_\_\_\_\_

19. 7. Você já visitou a Região Turística dos Negócios e Tradições? \*

Marcar apenas uma oval.

- Sim, uma vez  
 Sim, semanalmente  
 Sim, mais de uma vez por mês  
 Sim, anualmente  
 Não, nunca visitei  
 Outra: \_\_\_\_\_

20. 7.1 Se respondeu sim, em qual município da Região Turística dos Negócios e Tradições você costuma visitar? \*

Marcar apenas uma oval.

- Anápolis  
 Aparecida de Goiânia  
 Bela Vista de Goiás  
 Goiânia  
 Hidrolândia  
 Nerópolis  
 Terezópolis de Goiás  
 Trindade  
 Não, nunca visitei  
 Outra: \_\_\_\_\_

Sobre a Região Turística dos Negócios e Tradições

21. 7.2 Nas suas viagens a Região Turística dos Negócios e Tradições qual o tipo de equipamento de hospedagem você costuma utilizar? \*

Marcar apenas uma oval.

- Hotéis, Pousadas e similares  
 Aluguel por temporada / "Airbnb" e similares  
 Pousa familiar  
 Possui imóvel próprio na cidade  
 Hostel  
 Camping  
 Sem pernoite, volto no mesmo dia (Bate e volta)  
 Não, nunca visitei

22. 7.3 Qual o tipo de atratividade motiva a sua ida a Região Turística dos Negócios e Tradições? ( Você pode marcar até 3 respostas) \*

Marcar tudo o que for aplicável.

- Compras  
 Trilhas com rios e cachoeiras  
 Ciclo Turismo  
 Turismo de Base Comunitária  
 Festas Religiosas  
 Esportes de Aventura  
 Gastronomia  
 Comunidades e sua Cultura  
 Espiritualidade e Misticismo  
 Shows e Eventos Culturais  
 Parentes e Amigos  
 Negócios  
 Vitivincultura  
 Feiras  
 Parques  
 Arquitetura

Outra:  \_\_\_\_\_

23. 7.4 Dos atrativos da Região Turística dos Negócios e Tradições qual você não deixaria de visitar e por quê? \*

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

24. 7.5 Além do atrativo escolhido como seu preferido no item 7.4 quais outros atrativos você tem interesse em conhecer na Região Turística dos Negócios e Tradições? ( Você pode marcar até 3 respostas) \*

Marcar tudo o que for aplicável.

- Parque Ambiental Ipiranga (Anápolis)  
 Serra das Areias (Aparecida de Goiânia)  
 Lago Sussuapara (Bela Vista de Goiás)  
 Região da 44 (Goiânia)  
 Jaboticabal (Hidrolândia)  
 Lago Municipal (Nerópolis)  
 Fazenda Santa Branca (Terezópolis de Goiás)  
 Santuário Basílica do Divino Pai Eterno (Trindade)

Outra:  \_\_\_\_\_

25. 7.6 A Região Turística dos Negócios e Tradições tem uma vasta agenda de festivais e festejos. Quais destes você gostaria de participar? ( Você pode marcar até 3 respostas) \*

Marcar tudo o que for aplicável.

- Mostra de Teatro de Anápolis  
 Pecuária de Aparecida de Goiânia  
 Festa de Julho (Bela Vista de Goiás)  
 Pecuária de Goiânia  
 Pecuária de Hidrolândia  
 Carnaval (Nerópolis)  
 TereÔxente, Festival Gastronômico (Terezópolis de Goiás)  
 Festa do Divino Pai Eterno (Trindade)

Outra:  \_\_\_\_\_

27. 7.8 Nesse período de Pandemia e possível retomada da atividade do Turismo nos destinos da Região Turística dos Negócios e Tradições, indique em uma escala de 1 a 5, sendo 1 Nada Confiável e 5 Totalmente Confiável, qual seu grau de confiabilidade na região: \*

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5	
Nada Confiável	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente Confiável

26. 7.7 Qual o seu mês de preferência para visitar a Região Turística dos Negócios e Tradições nesse segundo semestre de 2020? \*

Marcar apenas uma oval.

- Julho  
 Agosto  
 Setembro  
 Outubro  
 Novembro  
 Dezembro  
 Não visitaria esse ano, somente em 2021

28. 7.9 O comportamento do consumidor de turismo vem mudando e, com isso, surgem novas motivações de viagens e expectativas que precisam ser atendidas. Em um mundo globalizado, onde se diferenciar adquire importância a cada dia, os turistas exigem, cada vez mais, roteiros turísticos que se adaptem às suas necessidades, sua situação pessoal, seus desejos e preferências. Sendo assim é fundamental relacionar a importância de se conhecer os indicadores motivacionais da demanda turística para que haja a possibilidade de melhoria dos serviços no turismo. Avalie como Muito Importante, Importante, Indiferente, Pouco Importante ou Nada Importante os itens a seguir no que se refere ao seu desejo/motivação de visitar a Região Turística dos Negócios e Tradições \*

Marcar apenas uma oval por linha.

	Nada Importante	Pouco Importante	Indiferente	Importante	Muito Importante	
Satisfação pessoal por meio de ambiente diferente ou de recompensa interpessoal	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Estímulo-escapismo: Fuga de cotidiano excessivamente estimulante
Necessidade de escapar do ambiente interpessoal associado ao desejo de obter recompensas pessoais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Motivadores físicos: Descanso do corpo e da mente, saúde, esporte e lazer
Necessidade de fuga do cotidiano	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Motivadores culturais: Busca pelo conhecimento em relação a outras culturas
Intelectual: Conduz a práticas de lazer envolvendo atividades mentais – aprender, explorar, descobrir, pensar e imaginar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Motivadores interpessoais: Desejo de conhecer outras pessoas, visitar amigos e parentes, fugir de relacionamentos rotineiros
Social: Lazer por razões sociais, relacionado à amizade e à necessidade de estima de terceiros	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Motivadores de status e prestígio: Procura pelo desenvolvimento pessoal, continuidade educacional, atendimento à aspiração por reconhecimento
						Por saúde: São viagens para locais especializados em técnicas de rejuvenescimento
						Por desejo de mudança: Busca a compensação ao sentimento de rejeição cotidiana proveniente do meio

ambiente, do  
trabalho, do núcleo  
familiar ou social e da  
vida na cidade

Para fazer compras:  
Procura por itens  
típicos da localidade  
ou por artigos  
disponíveis em seu  
local de origem por  
um valor mais baixo

Para descansar: Tem  
o intuito de livrar-se  
da sensação de  
exaustão provocado  
pelo trabalho, família  
ou vida urbana

Para praticar  
esportes: A  
atividade principal  
do destino é a prática  
de um esporte, em  
relação ao qual a  
pessoa já possui  
habilidade ou que  
constitui o seu  
preferido

A motivação principal,  
é viver experiências  
de grande valor  
simbólico, interagir e  
usufruir da Natureza

Os benefícios  
percebidos da viagem  
de aventura, são as  
novas descobertas, a  
sensação de  
crescimento pessoal  
ampliada,  
oportunidades  
educacionais, alegria  
e divertimento,  
oportunidades de

viagem melhores, a  
participação em  
atividades de  
recreação de  
aventura em  
ambiente ao ar livre,  
ou a interação com o  
ambiente

29. 7.10 Nas suas viagens futuras, quais medidas sanitárias você considera importantes a serem adotadas pelo destino para a segurança da sua saúde? Avalie os itens a seguir como: Muito Importante, Importante, Indiferente, Pouco Importante ou Nada Importante. \*

Marcar apenas uma oval por linha.

	Nada Importante	Pouco Importante	Indiferente	Importante	Muito Importante
Situação de saúde controlada na região	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sistema de saúde com suficiente capacidade de leitos, testes e respiradores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Barreiras sanitárias nas principais entradas da cidade para controle e orientação ao visitante	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Uso de sistemas tecnológicos e de informação para combate a pandemia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mercado turístico (Meios de hospedagem, bares, restaurantes, atrativos, meios de transportes, guias) adotando critérios e protocolos indicados pelos órgãos públicos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Parques, museus, trilhas, cachoeiras, praias e comunidades adotando restrições de acesso para evitar aglomerações	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

30. 7.11 Se a Região Turística dos Negócios e Tradições oferecer um selo de certificação dos serviços turísticos que adotarem protocolos de segurança em saúde, você: \*

Marcar apenas uma oval.

- Com certeza escolheria serviços certificados, mesmo que custem um pouco mais caro
- Escolheria serviços certificados, desde que não acarrete aumento de preços
- Talvez escolha, dependendo do serviço e da aglomeração que ele causa
- Não fará muita diferença pra mim pois eu me protejo por conta própria
- Outra: \_\_\_\_\_

31. 7.12 Após o período da Pandemia quais as atividades turísticas, a seguir, você considera confiável para usufruir ao realizar suas viagens? ( Você pode marcar até 3 respostas)

Marcar tudo o que for aplicável.

- Eventos, shows e festivais ao ar livre
- Visita aos museus, centros culturais, cinemas
- Passeios e trilhas, visita a cachoeira em grupos
- Passeios e trilhas, visita a cachoeira sozinho
- Hospedagem coletivas (tipo hostel)
- Restaurantes sem áreas ao ar livre
- Meios de transportes em grupo (vans, jeeps e barcos)
- Visita a comunidades isoladas e/ou rurais

32. 7.13 Utilize o espaço abaixo para qualquer relato que você julga relevante de modo a emitir sua opinião sobre viagens a Região Turística dos Negócios e Tradições pós-COVID-19 e sugestões que você considera importante para a uma viagem segura:

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_



## INFOGRÁFICO

### Pesquisa Melhores práticas de sanitização para receber Turistas/Visitantes: Região dos Negócios e Tradições.

Participaram da pesquisa 60 respondentes.



56,7% dos respondentes são do gênero feminino.



A renda média familiar dos respondentes é de R\$ 3.057,33.

2

46,7% dos respondentes fazem até 2 viagens por ano fora do estado que residem.



43,3% dos respondentes possuem um perfil de viajante que realizam viagens de férias.



25,0% dos respondentes costumam viajar com o grupo familiar.



58,3% dos respondentes utilizam o carro como principal meio de transporte para viajar.



O seguimento turístico de 31,7% dos respondentes é de Sol e Praia.



48,3% dos respondentes ainda não visitaram a Região Turística dos Negócios e Tradições.



29,0% dos respondentes que vão a Região Turística dos Negócios e Tradições, costumam visitar Trindade.



35,5% dos respondentes que vão a Região Turística dos Negócios e Tradições se hospedam em Hotéis, Pousadas e similares.

2021

38,3% dos respondentes pretendem visitar a Região Turística dos Negócios e Tradições somente em 2021.



Nota média do grau de confiabilidade na região nesse período de pandemia foi de 3,47 (As notas variam entre 1 e 5 sendo assim o grau de confiança do respondente ficou entre os conceitos: Razoavelmente confiável e Confiável).