



PESQUISA DE PERFIL E SATISFAÇÃO DO PARTICIPANTE FESTIVAL GASTRONÔMICO CIDADE DE GOIÁS 2018

GOVERNO ESTADUAL

Marconi Ferreira Perillo Júnior

Governador do Estado de Goiás

José Eliton de Figuerêdo Júnior

Vice-Governador do Estado de Goiás

AGÊNCIA ESTADUAL DE TURISMO – GOIÁS TURISMO

Leandro Marcel Garcia

Presidente

Maria Cristina Alves Pereira

Chefe de Gabinete

José Adriano Donzelli

Diretor de Gestão Planejamento e Finanças

DIRETORIA DE DESENVOLVIMENTO DE PESQUISAS TURÍSTICAS E EVENTOS

Roque Melo

Diretor de Desenvolvimento, Pesquisa Turística e Eventos

João Bittencourt Lino

Gerente de Projetos, Pesquisa e Produtos Turísticos.

Giovanna Adriana Tavares Gomes

Coordenadora do Observatório do Turismo do Estado de Goiás

Rafael de Araújo Rosa

Técnico em Estatística Responsável

Estagiários

Iraides Moraes Reis

Maria Carolina Peixoto

Giovanna Gomes Silva Germano

Solange Pereira Silva

Coordenadora de Pesquisa de Campo

Giovanna Adriana Tavares Gomes

Pesquisadores

Fernanda Santos

Giovanna Adriana Tavares Gomes

Iraides Moraes Reis

Natalia Aguiar

Relatório Técnico

Giovanna Adriana Tavares Gomes

Rafael de Araújo Rosa

1 APRESENTAÇÃO

A Goiás Turismo - Agência Estadual de 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 mercado estadual e nacional e promovê-los internacionalmente.

1.1 Diretoria de Desenvolvimento de Pesquisa Turística e Eventos

A equipe técnica da Diretoria de Desenvolvimento de Pesquisa Turística e Eventos é formada por um Diretor, um Gerente, técnicos especialistas em Turismo, Economia Estatística e estagiários das áreas de Geografia, Estatística e Designer. O objetivo da equipe multidisciplinar da Diretoria é desenvolver um trabalho amplo para a alimentação de um 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 Observatório do Turismo do Estado de Goiás (www.observatoriodoturismo.tur.br).

1.2 Festival Gastronômico cidade de Goiás.

O evento aconteceu na Cidade de Goiás nos dias 27 a 29 julho de 2018. Teve como foco principal a sustentabilidade, o Festival Gastronômico procura promover a gastronomia local, ao estimular a troca de experiências entre chefs locais, chefs nacionais e internacionais. Ao agenciar este intercâmbio de experiências bem sucedidas ou boas praticas o evento favorece trabalhadores, empresários, e produtores, favorecendo assim toda a cadeia produtiva. O evento foi realizado pelo Governo de Goiás, via coordenação da Goiás Turismo.

2 METODOLOGIA

2.1 Descrição da Pesquisa

Visando conhecer e identificar o perfil do publico participante, bem como seu grau de satisfação o Observatório do Turismo do Estado de Goiás, realizou pesquisa nos dias 27 a 29 de Julho no Festival Gastronômico da cidade de Goiás. 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.

3 DESTAQUES DA PESQUISA

- 52,4% dos respondentes são do sexo masculino
- 19,5% dos respondentes são da cidade de Goiânia
- Média da renda individual dos respondentes é de R\$4.165,17.
- 28,0% dos respondentes eram graduados
- 28,0% dos respondentes possuíam de 18 até 24 anos

4 RESULTADOS DAS ENTREVISTAS COM TURISTAS e EXCURSIONISTAS

Perfil do Entrevistado

Tabela 1: Pais de Origem

	Respondentes	%
Brasil	82	1
Total	82	1

Gráfico 1: Pais de Origem

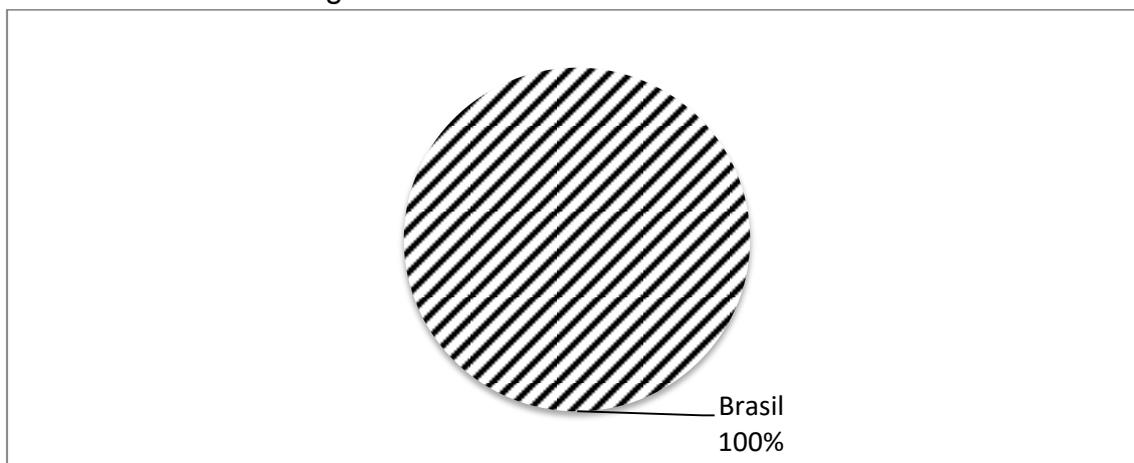


Tabela 2: Cidade Origem

	Respondentes	%
Goiás	19	23,2%
Goiânia	16	19,5%
Brasília	10	12,2%
Mozarlândia	3	3,7%
Rio de Janeiro	3	3,7%
São Paulo	3	3,7%
Santa Maria	2	2,4%
Anápolis	2	2,4%
Sanclerlândia	2	2,4%
Itaguari	2	2,4%
Palmas	2	2,4%
Jatai	2	2,4%

Leopoldo de bulhões	1	1,2%
Iporá	1	1,2%
Paranaiguara	1	1,2%
Trindade	1	1,2%
Santa Rosa de Goiás	1	1,2%
Cuiabá	1	1,2%
Bela Vista	1	1,2%
Limeira	1	1,2%
Guarulhos	1	1,2%
Minas	1	1,2%
Belo Horizonte	1	1,2%
Aragarças	1	1,2%
Aparecida de Goiânia	1	1,2%
Nazário	1	1,2%
Jussara	1	1,2%
NR	1	1,2%
Total	82	100,0%

Tabela 3: Cidade / Estado de origem

Estado/ Cidade	
Goiás	56
Goiás	19
Goiânia	16
Mozarlândia	3
Anápolis	2
Itaguarí	2
Jatai	2
Sanclerlândia	2
Aragarças	1
Aparecida de Goiânia	1
Bela Vista	1
Iporá	1
Jussara	1
Leopoldo de bulhões	1
Nazário	1
Paranaiguara	1
Santa Rosa de Goiás	1
Trindade	1
Distrito Federal	10
Brasília	10
São Paulo	5
São Paulo	3
Limeira	1
Guarulhos	1
Rio de Janeiro	3
Rio de Janeiro	3
Rio Grande do Sul	2
Santa Maria	2
Tocantins	2
Palmas	2
Minas Gerais	2

Belo Horizonte	1
NR	1
Mato Grosso	1
Cuiabá	1
Não revelado	1
NR	1
Total Geral	82

Tabela 4: Gênero

	Respondentes	%
Masculino	43	52,4%
Feminino	39	47,6%
Total Geral	82	100,0%

Gráfico 2: Gênero

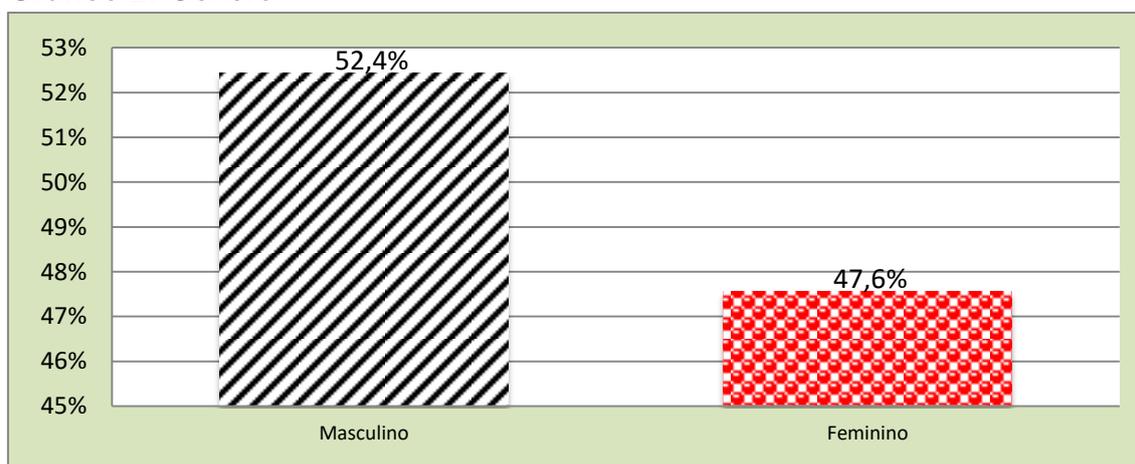


Tabela 5: Faixa etária dos respondentes

	Entrevistados	%
18 a 24 anos	23	28,0%
25 a 31 anos	11	13,4%
32 a 40 anos	19	23,2%
41 a 50 anos	10	12,2%
51 a 59 anos	7	8,5%
60 anos ou +	2	2,4%
NR	10	12,2%
Total	82	100,0%
Média geral	34,2	

Gráfico 3: Faixa etária dos respondentes

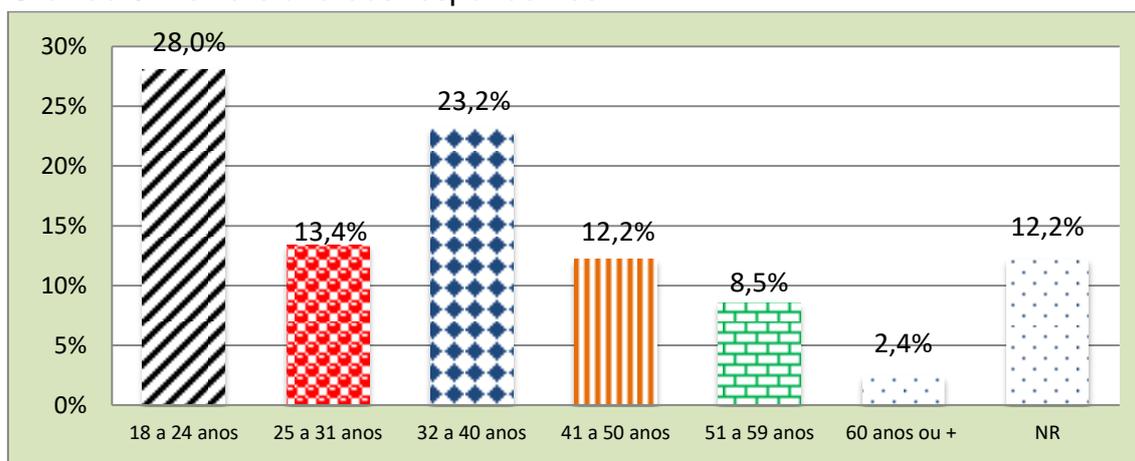


Tabela 6: Renda mensal individual

	Respondentes	%
Até um Salário mínimo	12	14,6%
De 2 até 4 salários	26	31,7%
Acima de 4 até 6 salários	9	11,0%
Acima de 6 até 8 salários	2	2,4%
Acima de 8 até 10 salários	2	2,4%
Acima de 10 salários mínimos	9	11,0%
Não respondeu	22	26,8%
Total	82	100,0%
Média Geral	R\$4.165,17	

Gráfico 4: Renda mensal Individual

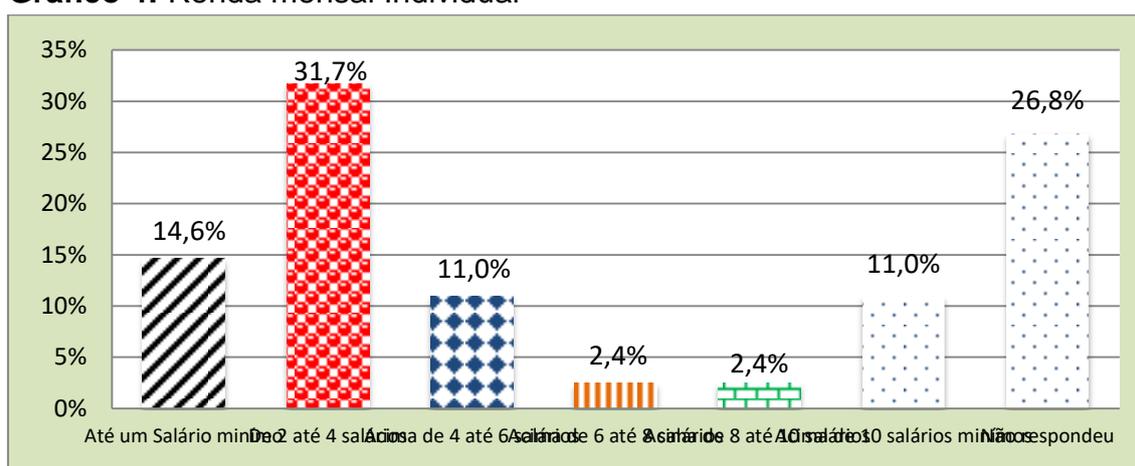


Tabela 7: Escolaridade

	Respondentes	%
Ensino médio	14	17,1%
Graduação em andamento	24	29,3%

Graduação completa	23	28,0%
Pós Graduação	20	24,4%
Outro	1	1,2%
Total	82	100,0%

Gráfico 5: Escolaridade

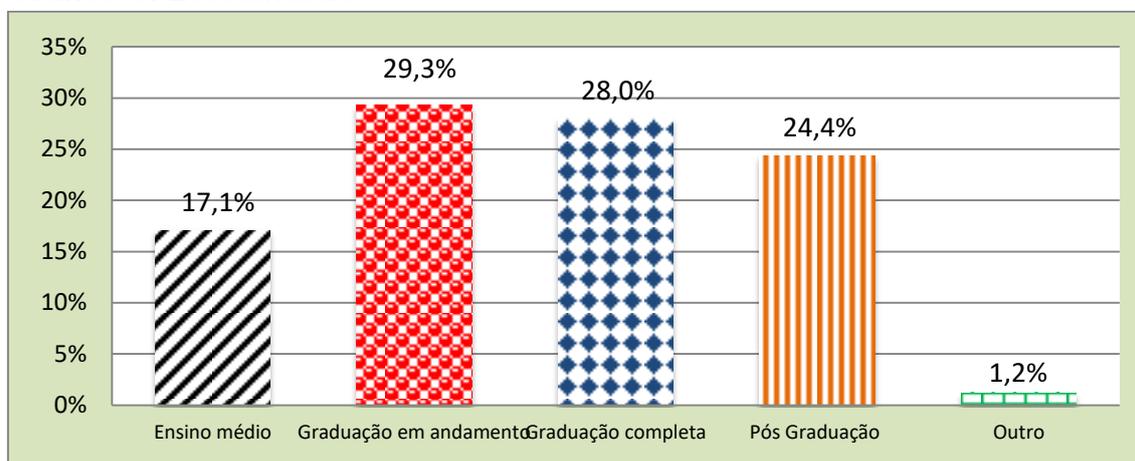


Tabela 8: Profissão dos respondentes

	Respondentes	%
Estudante	16	19,5%
Servidor (a) público (a)	9	11,0%
Professor (a)	8	9,8%
Administrador	3	3,7%
Vendedor (a)	3	3,7%
Empresário (a)	2	2,4%
Costureiro (a)	2	2,4%
Comerciante	2	2,4%
Veterinário	2	2,4%
Militar	1	1,2%
Autônomo	1	1,2%
Pedagoga	1	1,2%
Doceira	1	1,2%
Jornalista	1	1,2%
Docente Universitário	1	1,2%
Motorista	1	1,2%
Eletricista de automóvel	1	1,2%
Professor de T.I	1	1,2%
Eletrotécnico	1	1,2%
Inelegível	1	1,2%
Cantora e compositora	1	1,2%
Marceneiro	1	1,2%
Enfermeira	1	1,2%
Moto táxi	1	1,2%
Advogado	1	1,2%
Pastor	1	1,2%
Turismólogo	1	1,2%

Arquiteta	1	1,2%
Técnico Informática	1	1,2%
Secretario	1	1,2%
Técnico em Laticínios	1	1,2%
Chefe de cozinha	1	1,2%
Funcionário Público	1	1,2%
Barbeiro	1	1,2%
Analista de sistemas	1	1,2%
Farmacêutico	1	1,2%
Fonoaudióloga	1	1,2%
Fotografa	1	1,2%
Não respondeu	6	7,3%
Total	82	100,0%

Características da Viagem

Tabela 9: É a primeira vez no município?

	Respondentes	%
Não	41	65,1%
Sim	20	31,7%
Não responderam	2	3,2%
Total	63	100,0%

Gráfico 6: É a primeira vez no município?

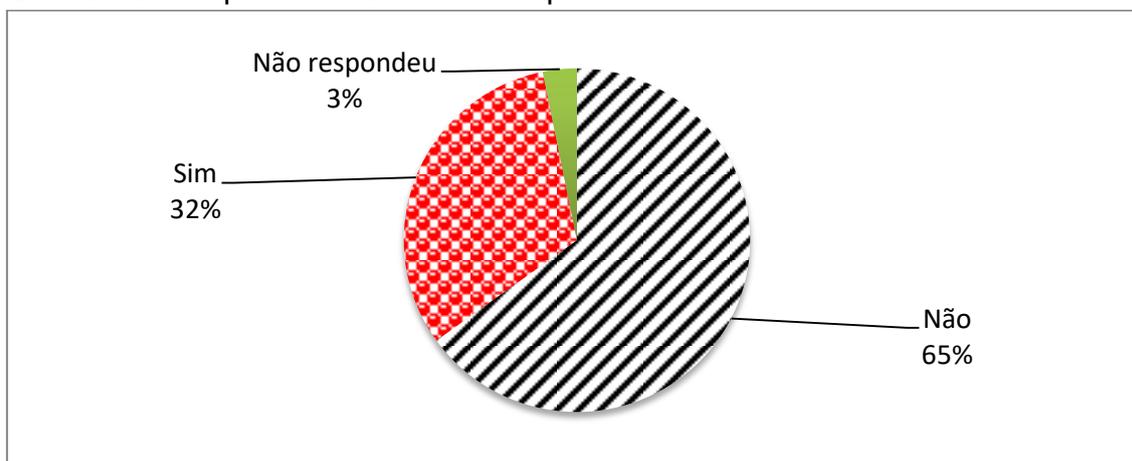


Tabela 10: Se não quantas vezes?

	Respondentes	%
1 vez	7	16,3%
2 vezes	5	11,6%
3 vezes	2	4,7%
4 vezes	1	2,3%
5 vezes	2	4,7%
6 vezes	2	4,7%

7 vezes	1	2,3%
10 vezes	3	7,0%
11 vezes	1	2,3%
20 vezes	1	2,3%
Mais de 10 vezes	1	2,3%
Não revelado	17	39,5%
Total	43	100,0%

Tabela 11: Como ficou sabendo do evento?

	Respondeu	%
Redes Sociais	31	37,8%
Amigos e Parentes	31	37,8%
Jornal/Impresso	2	2,4%
Material Gráfico Promocional	2	2,4%
UEG	1	1,2%
Site Goiás Turismo	1	1,2%
Pela Wanda	1	1,2%
Rádio/TV	1	1,2%
Não responderam	12	14,6%
Total	82	100,0%

Tabela 12: Qual foi seu principal interesse em vir para cidade de Goiás?

	Respondentes	%
Apreciar os atrativos da Cidade de Goiás	26	41,3%
Comunicar-me com a população local	12	19,0%
Visitar um local onde meus amigos estiveram	12	19,0%
Participar do Festival Gastronômico	9	14,3%
Inlegível (PG 35)	1	1,6%
Estudar	1	1,6%
Trabalho	1	1,6%
Universidade.	1	1,6%
Total	63	100,0%

Tabela 13: Característica do grupo

	Respondentes	%
Familiar	20	31,7%
Amigos	17	27,0%
Casal	16	25,4%
Sozinho	5	7,9%
Não revelado	5	7,9%
Total	63	100,0%

Gráfico 7: Característica do grupo

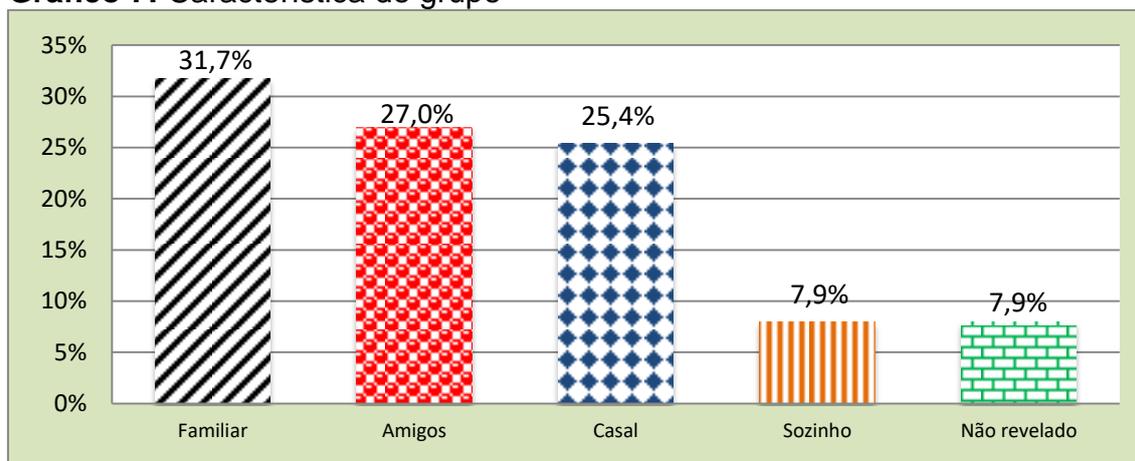


Tabela 14: Tamanho do Grupo

	Respondentes	%
Sozinho	5	7,9%
Duas pessoas	19	30,2%
Três pessoas	10	15,9%
Quatro pessoas	10	15,9%
Cinco pessoas	6	9,5%
Seis pessoas	5	7,9%
Grupo de vinte pessoas	1	1,6%
Não revelado	7	11,1%
Total	63	100%

Gráfico 8: Tamanho do grupo

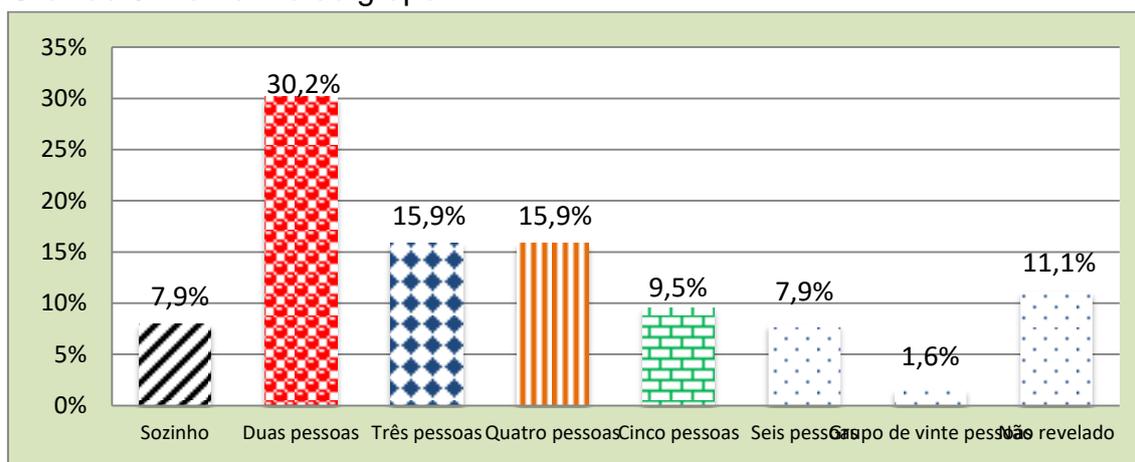


Tabela 15: Pernoitou na cidade?

	Respondentes	%
Sim	35	55,6%
Não	1	1,6%
Não respondeu	27	42,9%
Total	63	100,0%

Tabela 16: Se for turista onde está hospedado?

	Respondentes	%
Pousada\Hotel	23	36,5%
Casa Amigos/Parentes	22	34,9%
Bate e volta	1	1,6%
Hotel Fazenda	5	7,9%
Camping	5	7,9%
Não respondeu	7	11,1%
Total	63	100,0%

Gráfico 9: Se for turista onde está hospedado?

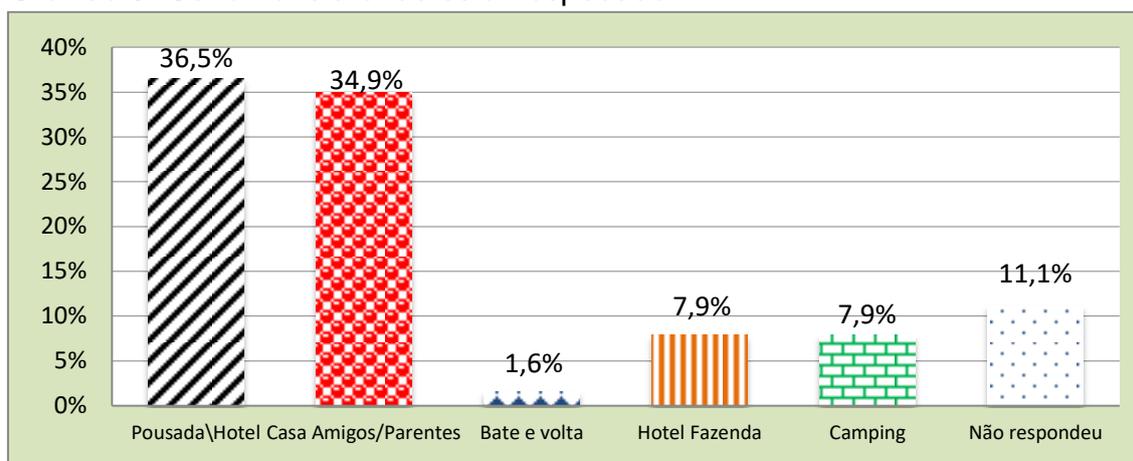


Tabela 17: Número de pernoites?

	Respondentes	%
1 pernoite	2	3,2%
2 pernoites	19	30,6%
3 pernoites	11	17,7%
4 pernoites	3	4,8%
Não respondeu	27	43,5%
Total	62	100,0%
Média Geral	2,4 dias	

Gráfico 10: Número de pernoites?

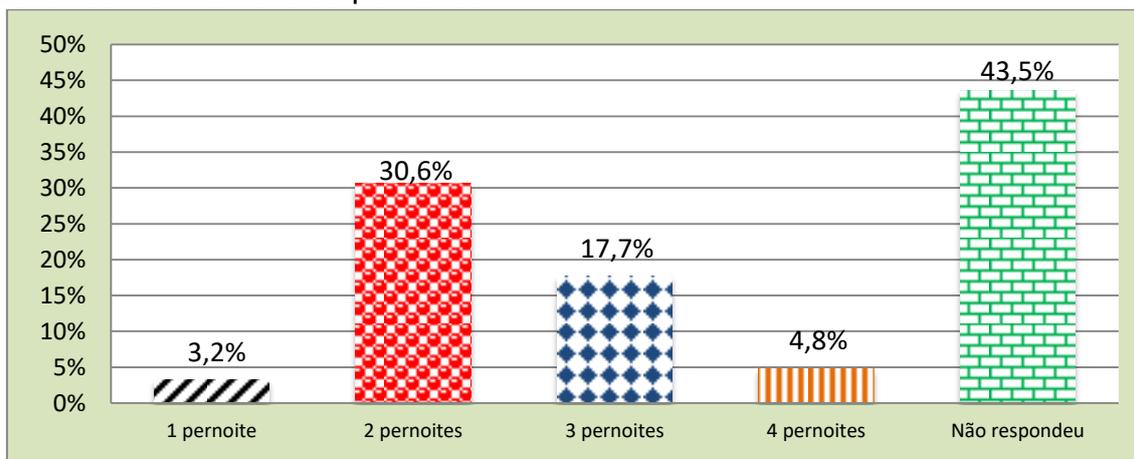
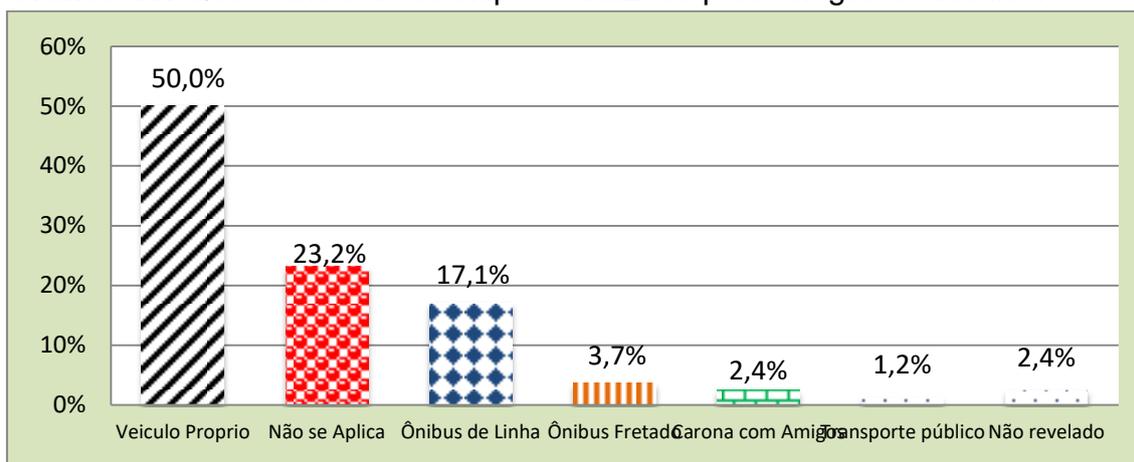


Tabela 18: Qual o meio de Transporte utilizado para chegar no destino?

	Respondentes	%
Veiculo Próprio	41	50,0%
Não se Aplica	19	23,2%
Ônibus de Linha	14	17,1%
Ônibus Fretado	3	3,7%
Carona com Amigos	2	2,4%
Transporte público	1	1,2%
Não revelado	2	2,4%
Total	82	100,0%

Gráfico 11: Qual o meio de Transporte utilizado para chegar no destino?



Gastos

Tabela 19: Gasto médio por pessoa

	Total Gasto	Pessoas Incluídas	Média
Hospedagem	R\$ 9.104,00	59	R\$ 154,31
Alimentação	R\$ 7.088,00	148	R\$ 47,89
Atrativos	R\$ 1.754,00	107	R\$ 16,39
Transporte/Combustível	R\$ 4.734,00	133	R\$ 35,59
Compras/ souvenirs	R\$ 1.527,00	78	R\$ 19,58
Outros Gastos	R\$ 890,00	21	R\$ 42,38
Total	R\$ 25.007,00	165	R\$ 151,56

Avaliações

Tabela 20: Avaliação da imagem do Destino Cidade de Goiás

	Péssimo	Ruim	Razoável	Bom	Ótimo	Total Geral
Acesso (Rodovias)	0,3%	1,4%	9,3%	56,4%	32,6%	4,20
Sinalização (Rodovias)	0,4%	2,3%	9,9%	56,5%	30,9%	4,15
Sinalização Turística	0,4%	1,7%	12,6%	58,8%	26,5%	4,09
Informações Turísticas	1,3%	2,9%	10,5%	59,4%	25,9%	4,06
Hospedagem	1,1%	3,1%	6,9%	61,7%	27,2%	4,11
Gastronomia/Restaurantes	1,0%	3,0%	10,0%	57,2%	28,8%	4,10
Limpeza Urbana	0,4%	3,2%	11,1%	56,6%	28,7%	4,10
Média						4,11

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

Gráfico 12: Avaliação da imagem do Destino Cidade de Goiás

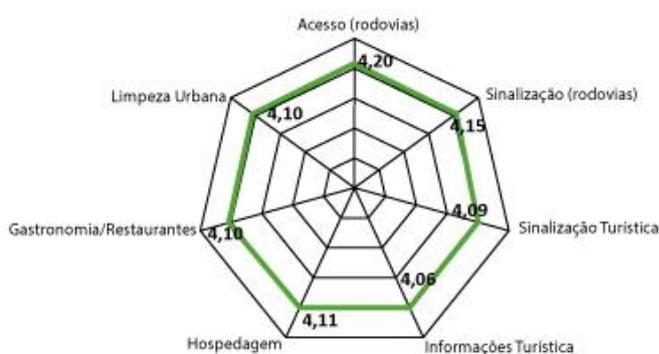


Tabela 21: Avaliação do Evento Festival Gastronômico da Cidade de Goiás

	Péssimo	Ruim	Razoável	Bom	Ótimo	Total
Local do Evento	0,3%	0,6%	15,4%	37,2%	46,5%	4,29
Estrutura do Evento	1,1%	0,7%	18,6%	37,9%	41,8%	4,19
Data do Evento	0,6%	1,3%	21,8%	38,6%	37,7%	4,11
Divulgação	1,3%	0,9%	20,0%	36,5%	41,3%	4,16
Preços dos Produtos	0,8%	1,3%	22,7%	35,7%	39,5%	4,12
Gastronomia/Pratos	1,4%	1,0%	19,5%	41,6%	36,5%	4,11
Show/Apresentações Culturais	1,4%	1,1%	19,0%	41,2%	37,3%	4,12
Cozinha Show/Oficinas	1,5%	1,2%	18,5%	39,4%	39,4%	4,14
Segurança	1,1%	1,4%	18,7%	39,9%	38,9%	4,14
Lixeiras	1,7%	1,7%	18,2%	37,6%	40,9%	4,14
Acessibilidade/PCD no evento	1,9%	1,4%	22,2%	35,7%	38,6%	4,08
Banheiros	1,6%	1,6%	19,4%	38,3%	39,1%	4,12
Avaliação Geral do Evento	1,4%	1,0%	19,1%	40,3%	38,2%	4,13
Média Geral						4,14

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

Gráfico 13: Avaliação do Evento Festival Gastronômico da Cidade de Goiás



Elogios, críticas e sugestão dos respondentes.

Tabela 22: Pontos fortes do evento

	Respondente	%
Gastronomia	14	17,1%
Pratos servidos.	5	6,1%
Cardápio / Comida	4	4,9%
Localização.	2	2,4%
Boa localização.	2	2,4%
Oficinas.	2	2,4%
Organização.	2	2,4%
Movimento da cidade	1	1,2%
Show e oficinas.	1	1,2%

Criatividade dos pratos.	1	1,2%
Data do evento e cidade.	1	1,2%
Algumas comida boas.	1	1,2%
Data do evento.	1	1,2%
O ambiente.	1	1,2%
Diversidade de pratos.	1	1,2%
Apresentação culturais.	1	1,2%
Divulgação da gastronomia da cidade.	1	1,2%
Variedade de restaurante e muitas atrações.	1	1,2%
Divulgação.	1	1,2%
Cidade histórica.	1	1,2%
Atrair turista.	1	1,2%
Não inclui gastronomia local, somente alguns que não represento todos.	1	1,2%
Pratos elaborados.	1	1,2%
O show.	1	1,2%
Pratos muito bem preparados.	1	1,2%
Cerveja	1	1,2%
Drinks, bebidas em geral.	1	1,2%
Pouca divulgação.	1	1,2%
Envolver a cidade criar vínculos turísticos mais concretos.	1	1,2%
Pratos saborosos.	1	1,2%
Estrutura do evento.	1	1,2%
Preços acessíveis.	1	1,2%
Qualidade dos produtos.	1	1,2%
Restaurante convidado	1	1,2%
Reunir os restaurantes.	1	1,2%
Limpeza, simpatia dos participantes.	1	1,2%
Variedade de pratos apresentado.	1	1,2%
Local agradável, comidas deliciosas, musica boa.	1	1,2%
Local bonito.	1	1,2%
Local do evento.	1	1,2%
Não Revelado	18	22,0%
Total	82	100,0%

Tabela 23: Pontos fracos do evento

	Respondentes	%
Falta de divulgação.	13	15,9%
Preços dos produtos / Preços altos	5	6,1%
Pouca acessibilidade.	5	6,1%
Horários.	3	3,7%
Espaço pequeno.	2	2,4%
Organização.	2	2,4%
Difícil acesso.	2	2,4%
Desorganização.	2	2,4%
Shows	2	2,4%
Mais divulgação, diversidade.	1	1,2%
Poderia ter mais comidas regionais típicas.	1	1,2%
Falta de divulgação e falta de participação da comunidade.	1	1,2%
Horário de inicio, diversidade de opções.	1	1,2%
Pouco espaço.	1	1,2%
Estrutura do evento.	1	1,2%
Falta de atrativos.	1	1,2%
Informação.	1	1,2%
Os preços.	1	1,2%
Limpeza.	1	1,2%
Pouca divulgação.	1	1,2%
Lixeiras.	1	1,2%
Falta de organização.	1	1,2%
Local pequeno/ poucas opções de comida/ tem opções de sobremesa.	1	1,2%
Local apertado, muita gente apertado.	1	1,2%
O show.	1	1,2%
Local com dificuldade de realizar o percurso de sua chegada, divulgação.	1	1,2%
Os preços não são acessível a todos.	1	1,2%
Receptividade.	1	1,2%
Pequeno espaço para degustação.	1	1,2%
Valores altos.	1	1,2%
Falta de divulgação mais ampla na comunidade	1	1,2%
Atrasos.	1	1,2%
Poucas oferta gastronômicas.	1	1,2%
Local, acessibilidade, falta de pratos típicos, divulgação .	1	1,2%
Divulgação para comunidade.	1	1,2%
Localização.	1	1,2%
Maior divulgação para comunidade local	1	1,2%
Local pequeno/ faltaram sucos	1	1,2%

naturais regionais.

Variedade do cardápio, pontualidade, atraso na vendas de fichas.	1	1,2%
Local pequeno/ preço opções gastromômicas sucos naturais.	1	1,2%
Local sugerido.	1	1,2%
Não Revelado	14	17,1%
Total	82	100,0%

Tabela 24: Sugestões de melhoria

	Respondentes	%
Melhor divulgação / publicidade	10	12,2%
Estrutura melhor.	3	3,7%
Local deve ser mais amplo.	2	2,4%
Ampliar local/ vario cardápio sucos naturais regionais.	1	1,2%
Acessibilidade, espaço maior, pratos típicos de cidade, melhor divulgação, apresentação culturais.	1	1,2%
Preços acessíveis.	1	1,2%
Ampliar o horário.	1	1,2%
Mais organização.	1	1,2%
Antecedência na organização do evento, mais envolvimento da comunidade.	1	1,2%
Melhorar estrutura do evento.	1	1,2%
Auxilio ao turista.	1	1,2%
Tudo perfeito	1	1,2%
Confirmar o evento com antecedência para amplia a divulgação.	1	1,2%
Mais informação pra turistas.	1	1,2%
Divulgação, melhorar as relações com a comunidade.	1	1,2%
Mais pratos e espaço maior.	1	1,2%
Divulgar mais conteúdo.	1	1,2%
Melhora os horário.	1	1,2%
Empenho por parte dos restaurantes.	1	1,2%
Ponto de acesso mais fácil.	1	1,2%
Acho que o evento foi excelente.	1	1,2%
Ser mais acessível, variedade de preços.	1	1,2%
Iniciar o evento mais cedo, mais opções de oferta de	1	1,2%

pratos.		
Variedade maior e preços variados.	1	1,2%
Inlegível.	1	1,2%
Mais divulgação.	1	1,2%
Limpeza e receptivo na cidade.	1	1,2%
Mais opções de restaurantes.	1	1,2%
Local com melhor distribuição de espaço.	1	1,2%
Mais pontos de acesso para cadeiras de rodas.	1	1,2%
Ampliar espaço e pratos.	1	1,2%
Mais shows de MPB.	1	1,2%
Melhor divulgação e pontualidade.	1	1,2%
Melhor estrutura.	1	1,2%
Melhor espaço.	1	1,2%
Local mais acessível, preços mais acessível.	1	1,2%
Melhora do local, inclusão de todos da cidade no evento.	1	1,2%
Local melhor e uma organização melhor.	1	1,2%
Melhorar equipe de divulgação.	1	1,2%
Local melhor localizado.	1	1,2%
Acessibilidade, mobilidade e banheiros.	1	1,2%
Melhorar os atrativos e a estrutura do local.	1	1,2%
Local.	1	1,2%
Pontualidade na venda, mais opções de pratos.	1	1,2%
Local/ divulgação local e via estadual por meio da mídia digital.	1	1,2%
Realizar no Carioca.	1	1,2%
Lugar de melhor acesso.	1	1,2%
Shows melhores.	1	1,2%
Maior envolvimento da população da cidade.	1	1,2%
Variedade de preços no restaurante/stands.	1	1,2%
Maior espaço para mais mesas.	1	1,2%
Maior espaços com mais acentos.	1	1,2%
Maior organização.	1	1,2%
Não revelado	17	20,7%
Total	82	100,0%