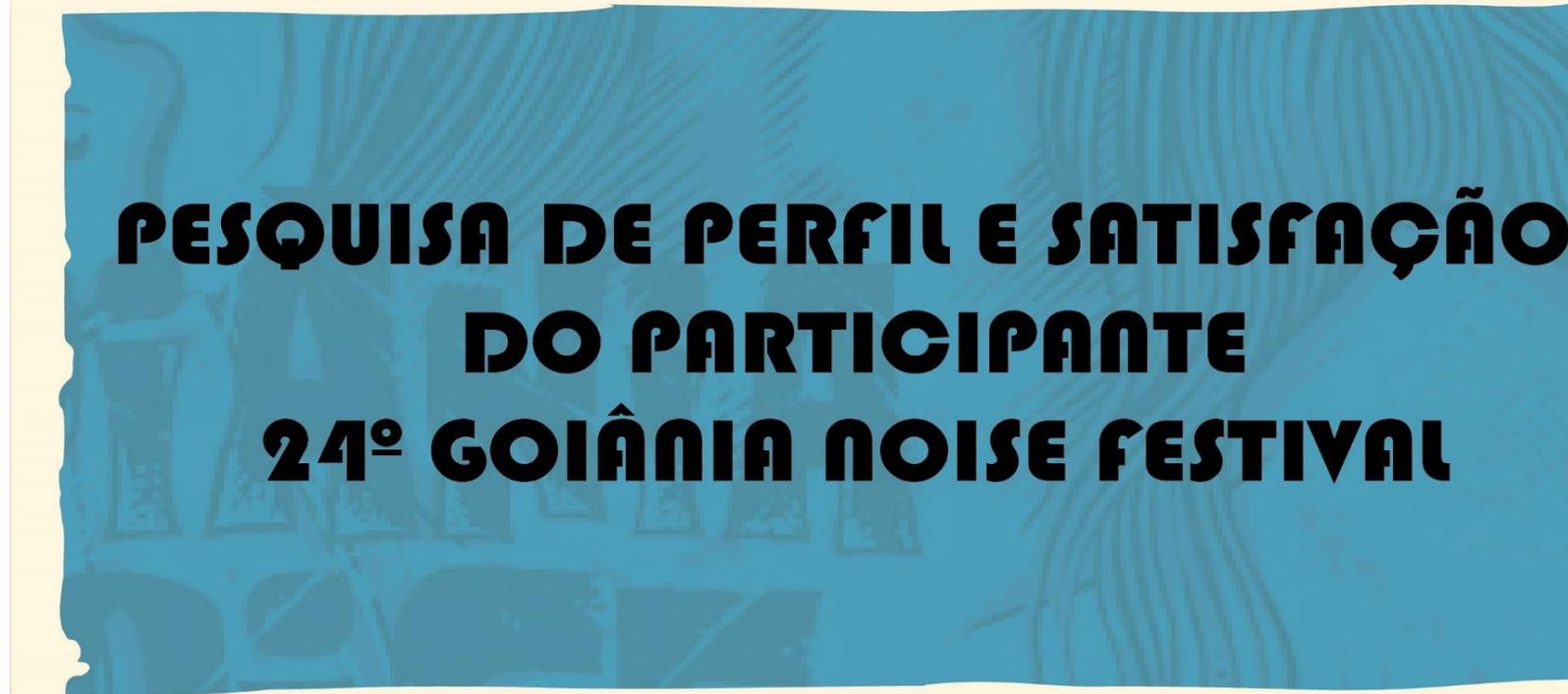


**PESQUISA DE PERFIL E SATISFAÇÃO
DO PARTICIPANTE
24º GOIÂNIA NOISE FESTIVAL**



GOVERNO ESTADUAL

José Eliton de Figuerêdo Júnior
Governador do Estado de Goiás

AGÊNCIA ESTADUAL DE TURISMO – GOIÁS TURISMO

Leandro Marcel Garcia
Presidente

Luzia de Fatima Gonçalves
Chefe de Gabinete

José Adriano Donzelli
Diretor de Gestão Planejamento e Finanças

DIRETORIA DE DESENVOLVIMENTO DE PESQUISAS TURÍSTICAS E EVENTOS

João Bittencourt Lino
Diretor de Desenvolvimento, Pesquisa Turística e Eventos

Pedro Junior
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
Evelyn Cristina Ribeiro Bucar
Rosimeire Pereira da Silva
Solange Pereira Silva

Coordenadora de Pesquisa de Campo
Giovanna Adriana Tavares Gomes

Pesquisadores
Bolsistas da Ovg

Relatório Técnico
Giovanna Adriana Tavares Gomes

Carlos Henrique Pereira de Freitas
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, Estatística, Economia e estagiários das áreas de turismo, Geografia e Design. 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 Goiânia Noise 24^o edição 2018

O Goiânia Noise Festival tem resistido ao longo dos anos e em 2018 chegou a sua 24 edição, o evento aconteceu no Centro Cultural Martim Cererê na sexta feira 10 de agosto, sábado (11) e domingo (12). O festival de rock independente procura lutar e defender a continuidade e o fortalecimento de novas bandas que surgem no cenário independente. Ao longo de 24 edições, o festival fomentou e incentivou a produção da música independente, destacando as novas tendências que surgem localmente e trazendo à capital goiana novos artistas nacionais e internacionais que se destacam no mundo do rock. Durante os dias de evento aconteceu 46 shows de 47 artistas distintos. Os artistas que enceram a noite de sexta-feira foram a mineira Don Dillinger, e o cantor paulistano Supla, que subiram juntos no anfiteatro do Teatro Yguá, e os goianos da Violins no teatro Pyguá. No sábado o encerramento ficou a cargo do grupo de pernambucanos das banda Mundo Livre S/A no palco do teatro Pyguá e o punk britânico da Toy Dolls no teatro Yguá. Já no último dia de evento, as bandas goianas Mechanics subiram no anfiteatro do yguá e Aurola Rules no Pguá encerram o evento.

2 METODOLOGIA

2.1 Descrição da Pesquisa

Visando conhecer o perfil e satisfação dos participantes do Goiânia Noise Festival o Observatório do Turismo, realizou a pesquisa quantitativa e qualitativa em campo com o público participante do evento. 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. Foram entrevistados 190 participantes do Festival Noise.

3 DESTAQUES DA PESQUISA

- 100% dos respondentes recomendaria o evento a um amigo ou familiar.
- 95,5% dos presentes pretendem voltar ao evento.
- 78,7% dos respondentes tiveram suas expectativas atendidas Plenamente (56,8%) ou superadas (22,1%).
- A média de idade dos participantes da pesquisa é 30,8 anos.
- 46,6% dos presentes ficaram sabendo do evento via rede social

4 RESULTADOS DAS ENTREVISTAS

Perfil do Entrevistado

Tabela 1: País de origem

| | Respondentes | % |
|--------------|--------------|---------------|
| Brasil | 187 | 98,4% |
| Argentina | 2 | 1,1% |
| Portugal | 1 | 0,5% |
| Total | 190 | 100,0% |

Gráfico 1: País de origem

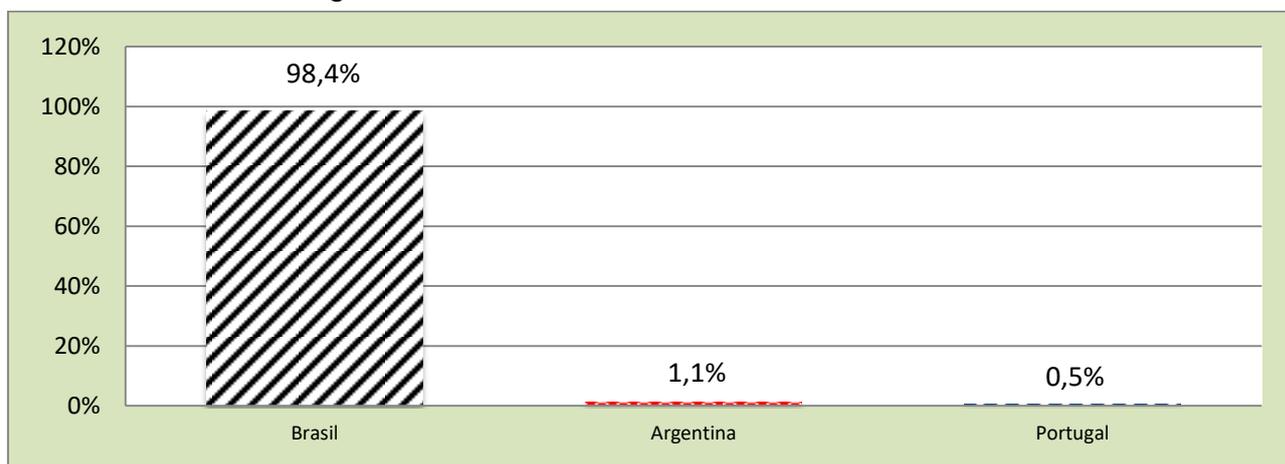


Tabela 2: Estado de origem

| | Respondentes | % |
|---|--------------|---------------|
| GO | 173 | 91,053% |
| DF | 7 | 3,684% |
| SP | 3 | 1,579% |
| MG | 2 | 1,053% |
| SC | 1 | 0,526% |
| MA | 1 | 0,526% |
| Não se Aplica (Obs.: O indivíduo reside na Argentina) | 2 | 1,053% |
| Não se Aplica (Obs: O indivíduo mora em Portugal) | 1 | 0,526% |
| Total | 190 | 100,0% |

Tabela 3: Cidade de Origem

| | Respondentes | % |
|----------------------|--------------|---------------|
| Goiânia | 156 | 82,1% |
| Aparecida de Goiânia | 6 | 3,2% |
| Brasília | 6 | 3,2% |
| Anápolis | 3 | 1,6% |
| Jataí | 2 | 1,1% |
| Guapó | 2 | 1,1% |
| São Paulo | 2 | 1,1% |
| Ituiutaba | 2 | 1,1% |
| Chapecó | 1 | 0,5% |
| Trindade | 1 | 0,5% |
| Açailândia | 1 | 0,5% |
| Valparaíso de Goiás | 1 | 0,5% |
| Goianésia | 1 | 0,5% |
| Guará | 1 | 0,5% |
| Uruaçu | 1 | 0,5% |
| Campinas | 1 | 0,5% |
| Buenos Aires (AGR) | 2 | 1,1% |
| Farol (PT) | 1 | 0,5% |
| Total | 190 | 100,0% |

Tabela 4: Estado e cidade de origem

| Estado/Cidade | | Estado/Cidade | |
|-------------------------|------------|-----------------------------|----------|
| Goiás | 173 | São Paulo | 3 |
| Goiânia | 156 | São Paulo | 2 |
| Aparecida de Goiânia | 6 | Campinas | 1 |
| Anápolis | 3 | Minas Gerais | 2 |
| Jataí | 2 | Ituiutaba | 2 |
| Guapó | 2 | Santa Catarina | 1 |
| Valparaíso | 1 | Chapecó | 1 |
| Uruaçu | 1 | Maranhão | 1 |
| Goianésia | 1 | Açailândia | 1 |
| Trindade | 1 | Não se Aplica (Obs:) | 3 |
| Distrito Federal | 7 | Argentina | 2 |
| Brasília | 6 | Portugal | 1 |
| Guara | 1 | | |

Total 190

Tabela 5: Identidade de Gênero

| | Respondentes | % |
|--------------|--------------|---------------|
| Homem | 112 | 58,9% |
| Mulher | 78 | 41,1% |
| Total | 190 | 100,0% |

Gráfico 2: Identidade de Gênero

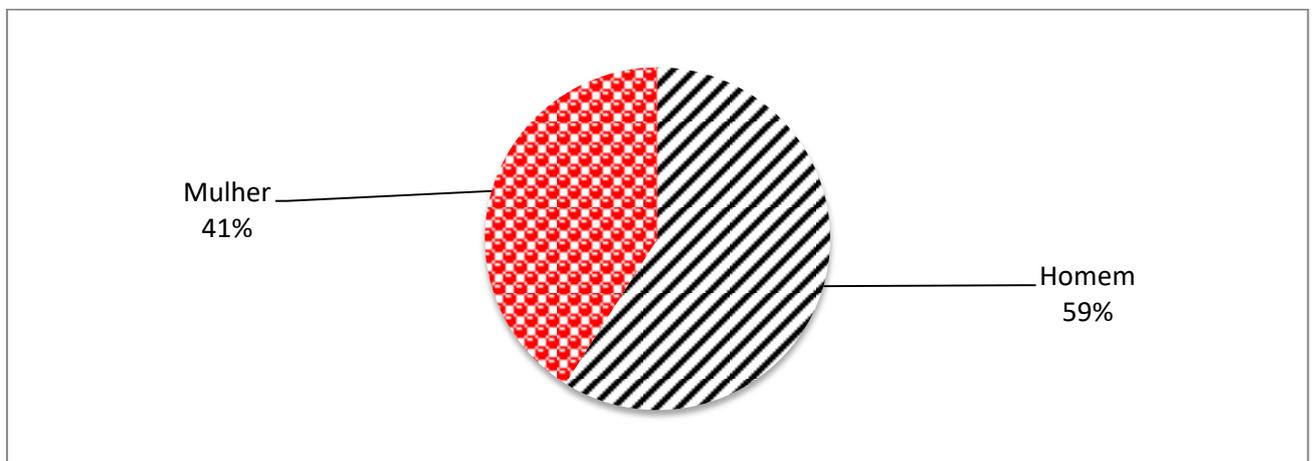


Tabela 6: Orientação sexual

| | Respondentes | % |
|-----------------|--------------|---------------|
| Heterossexual | 152 | 80,0% |
| Bissexual | 22 | 11,6% |
| Homossexual | 8 | 4,2% |
| Não Responderam | 8 | 4,2% |
| Total | 190 | 100,0% |

Gráfico 3: Orientação sexual

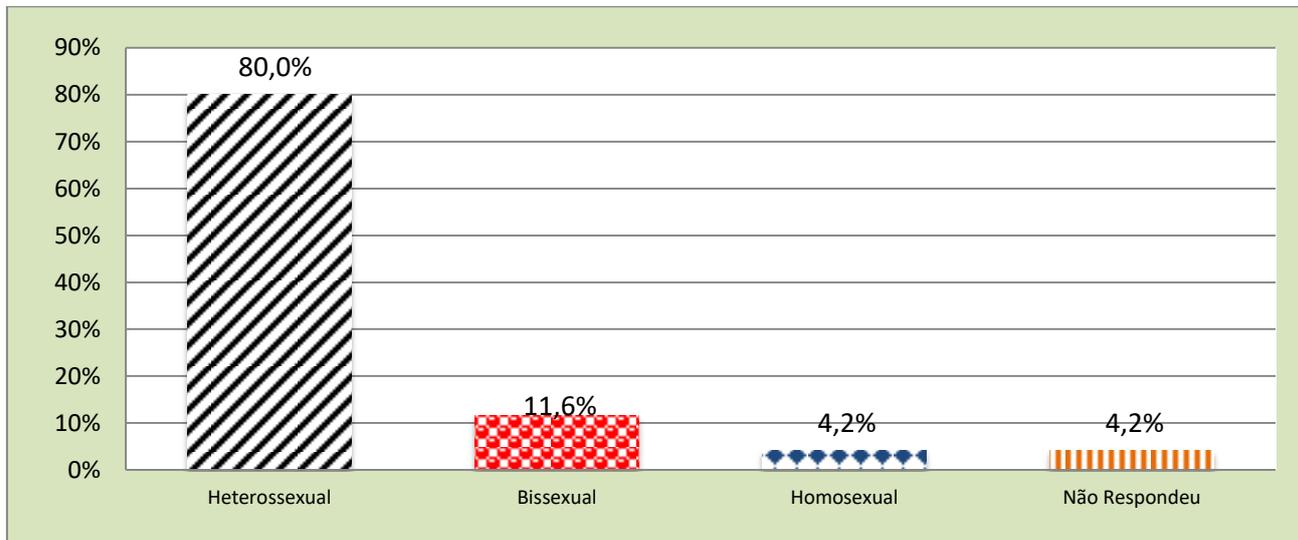


Tabela 7: Faixa etária dos respondentes

| | Respondentes | % |
|--------------------|--------------|---------------|
| 18 a 24 anos | 50 | 26,3% |
| 25 a 31 anos | 65 | 34,2% |
| 32 a 40 anos | 47 | 24,7% |
| 41 a 50 anos | 24 | 12,6% |
| 51 a 59 anos | 3 | 1,6% |
| 60 anos ou + | 1 | 0,5% |
| Total | 190 | 100,0% |
| Média Geral | 30,8 | |

Gráfico 4: Faixa etária dos respondentes

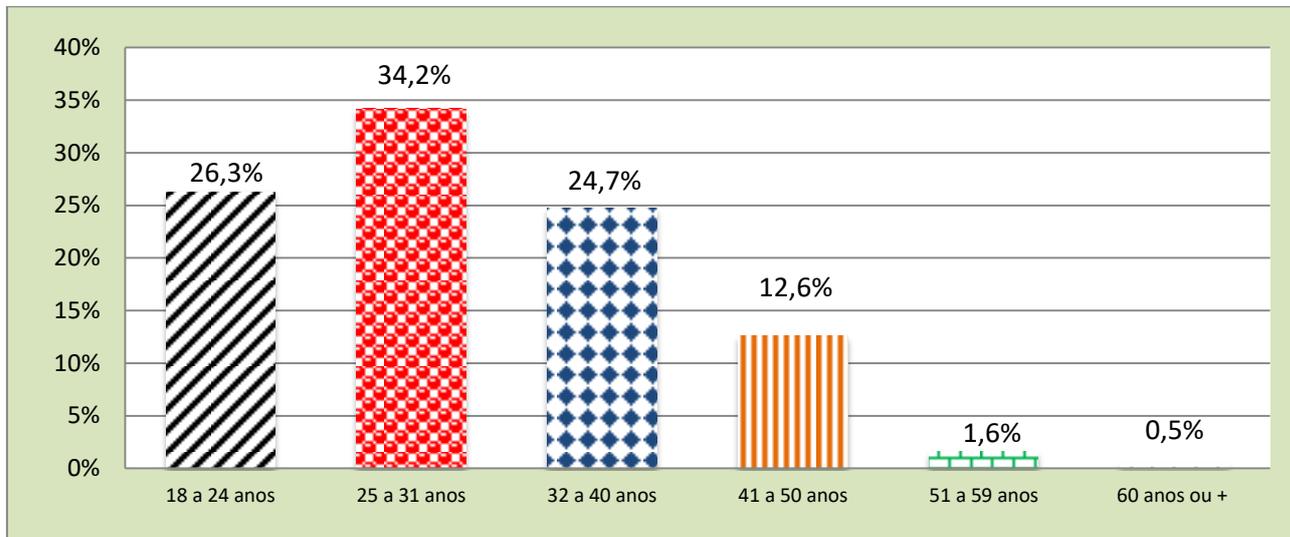


Tabela 8: Renda Mensal Individual

| | Respondentes | % |
|------------------------------|--------------------|-------|
| Sem Renda | 18 | 9,5% |
| Até 2 Salários Mínimos | 48 | 25,3% |
| De 2 até 4 Salários Mínimos | 52 | 27,4% |
| De 4 até 6 Salários Mínimos | 15 | 7,9% |
| De 6 até 8 Salários Mínimos | 10 | 5,3% |
| De 8 até 10 Salários Mínimos | 5 | 2,6% |
| Mais de 10 Salários | 4 | 2,1% |
| Não Respondeu | 38 | 20,0% |
| Total | 190 | |
| Renda Média Geral | R\$3.161,87 | |

Tabela 9: Profissão dos Respondentes

| | Respondentes | % |
|---------------------|--------------|-------|
| Estudante | 38 | 20,0% |
| Professor (a) | 18 | 9,5% |
| Funcionário público | 10 | 5,3% |
| Publicitário (a) | 8 | 4,2% |
| Autônomo (a) | 5 | 2,6% |
| Mecânico | 4 | 2,1% |

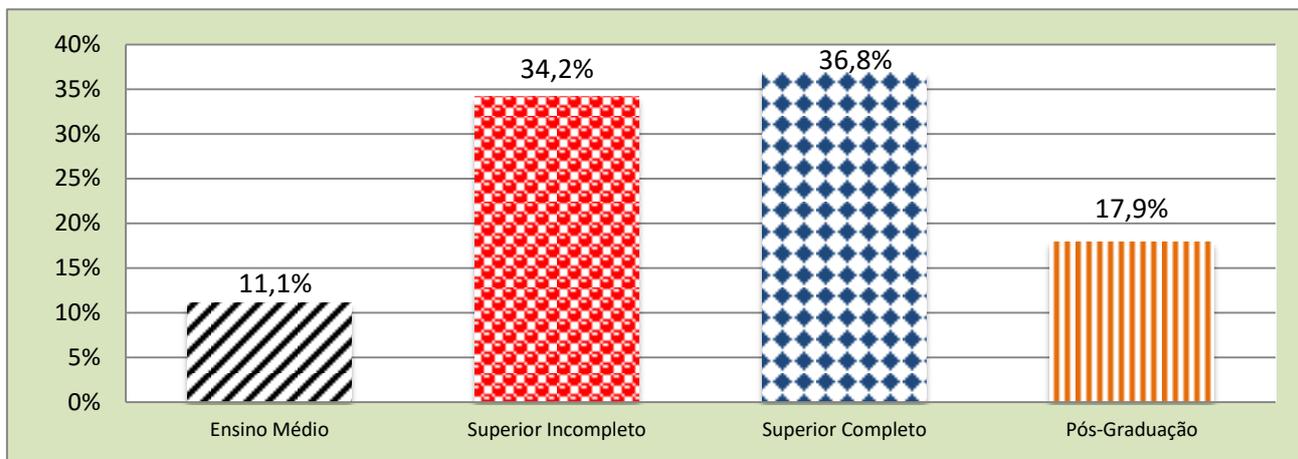
| | | |
|---------------------------|---|------|
| Empresário | 4 | 2,1% |
| Designer gráfico | 4 | 2,1% |
| Psicólogo (a) | 4 | 2,1% |
| Auxiliar administrativo | 4 | 2,1% |
| Jornalista | 4 | 2,1% |
| Engenheiro (a) | 4 | 2,1% |
| Desempregado | 3 | 1,6% |
| Músico | 3 | 1,6% |
| Designer | 3 | 1,6% |
| Estagiário | 3 | 1,6% |
| Administrador | 3 | 1,6% |
| Advogado (a) | 3 | 1,6% |
| Eletricista | 2 | 1,1% |
| Arquiteto | 2 | 1,1% |
| Turismólogo | 2 | 1,1% |
| Engenheiro Civil | 2 | 1,1% |
| Programador | 2 | 1,1% |
| Analista de sistema | 2 | 1,1% |
| Fisioterapeuta | 2 | 1,1% |
| Cirurgião dentista | 2 | 1,1% |
| Gerente administrativo | 2 | 1,1% |
| Fotógrafo (a) | 2 | 1,1% |
| Química | 1 | 0,5% |
| Padeiro | 1 | 0,5% |
| Vendedora | 1 | 0,5% |
| Bartender | 1 | 0,5% |
| Assistente administrativo | 1 | 0,5% |
| Bióloga | 1 | 0,5% |
| Suporte técnico | 1 | 0,5% |
| Estilista | 1 | 0,5% |
| Operador de saque | 1 | 0,5% |
| Churrasqueiro | 1 | 0,5% |
| Designer de moda | 1 | 0,5% |
| Agente de pesquisa | 1 | 0,5% |
| Agente de viagem | 1 | 0,5% |
| Comerciante | 1 | 0,5% |
| Repórter | 1 | 0,5% |
| Consultor | 1 | 0,5% |
| Analista de Geoprocessa- | 1 | 0,5% |

| | | |
|-------------------------|------------|---------------|
| mento | | |
| Geólogo | 1 | 0,5% |
| Bacharel em Direito | 1 | 0,5% |
| Corretor | 1 | 0,5% |
| Operadora de caixa | 1 | 0,5% |
| Guia turístico | 1 | 0,5% |
| Porteiro | 1 | 0,5% |
| Agente de Telemarketing | 1 | 0,5% |
| Professor/músico | 1 | 0,5% |
| Leiturista | 1 | 0,5% |
| Promotor de evento | 1 | 0,5% |
| Logística | 1 | 0,5% |
| Empreendedor | 1 | 0,5% |
| Marketing digital | 1 | 0,5% |
| Recepcionista | 1 | 0,5% |
| Arte finalista | 1 | 0,5% |
| Secretaria | 1 | 0,5% |
| Medico | 1 | 0,5% |
| Técnico em enfermagem | 1 | 0,5% |
| Microempresário | 1 | 0,5% |
| Uber | 1 | 0,5% |
| Designer de interiores | 1 | 0,5% |
| Veterinário | 1 | 0,5% |
| Músico sonoplasta | 1 | 0,5% |
| Operador de maquinas | 1 | 0,5% |
| Não responderam | 4 | 2,1% |
| Total | 190 | 100,0% |

Tabela 10: Escolaridade

| | Respondentes | % |
|---------------------|--------------|---------------|
| Ensino Médio | 21 | 11,1% |
| Superior Incompleto | 65 | 34,2% |
| Superior Completo | 70 | 36,8% |
| Pós-Graduação | 34 | 17,9% |
| Total | 190 | 100,0% |

Gráfico 5: Escolaridade



Características da Viagem

Tabela 11: Pernoitou na cidade

| | Respondentes | % |
|-----------------|--------------|---------------|
| Sim | 21 | 61,8% |
| Não | 11 | 32,4% |
| Não responderam | 2 | 5,9% |
| Total | 34 | 100,0% |

Gráfico 6: Pernoitou na cidade

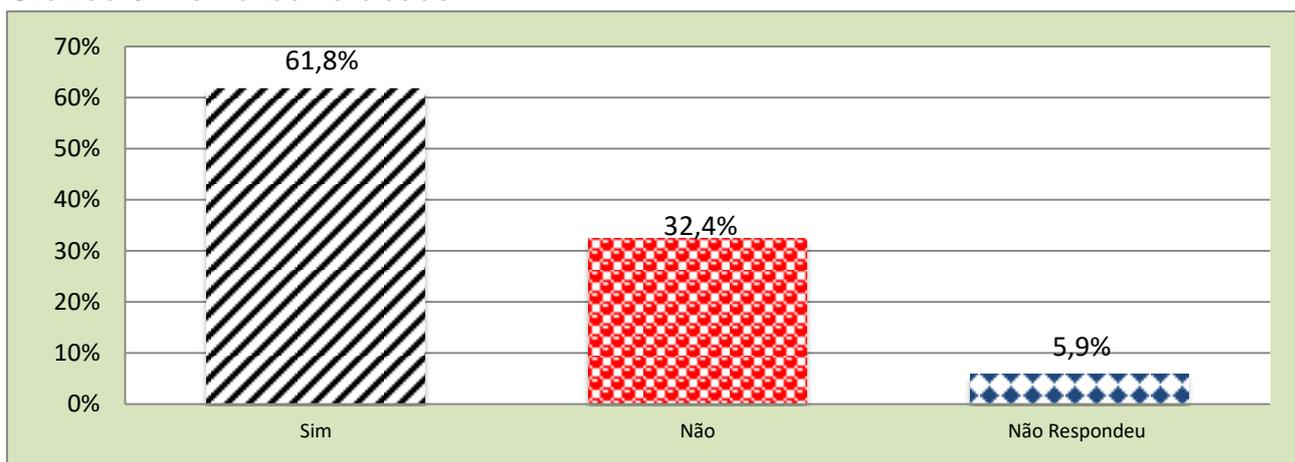


Tabela 12: Se sim, onde?

| | Respondentes | % |
|-------------------------|--------------|-------|
| Hotel | 11 | 52,4% |
| Casa de Amigos/Parentes | 9 | 42,9% |
| Não responderam | 1 | 4,8% |

| | | |
|--------------|-----------|---------------|
| Total | 21 | 100,0% |
|--------------|-----------|---------------|

Gráfico 7: Se sim, onde?

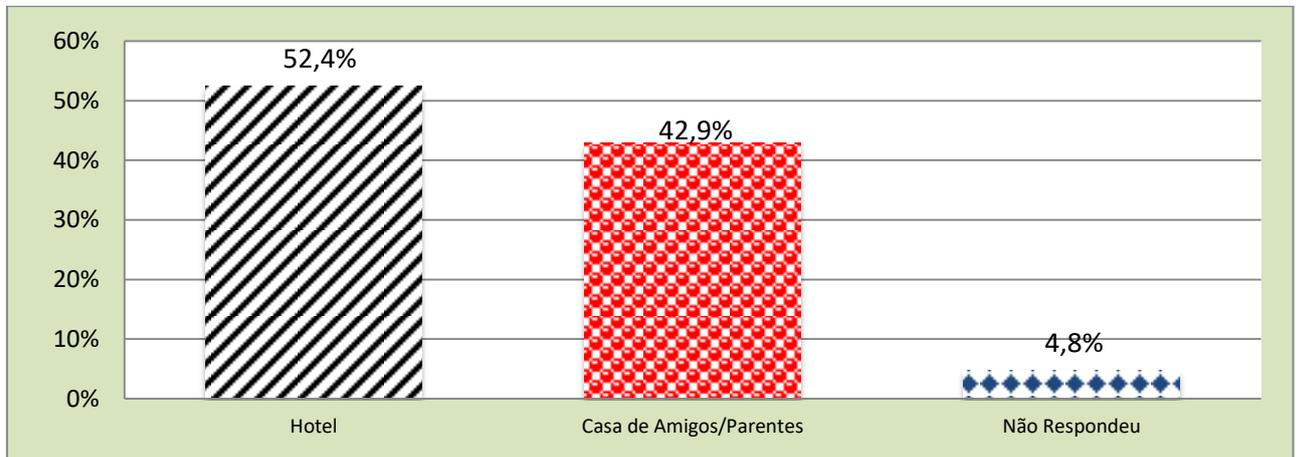


Tabela 13: É a primeira vez que participa do Goiânia Noise Festival?

| | Respondentes | % |
|--------------|--------------|---------------|
| Não | 124 | 65,3% |
| Sim | 66 | 34,7% |
| Total | 190 | 100,0% |

Gráfico 8: É a primeira vez que participa do Goiânia Noise Festival?

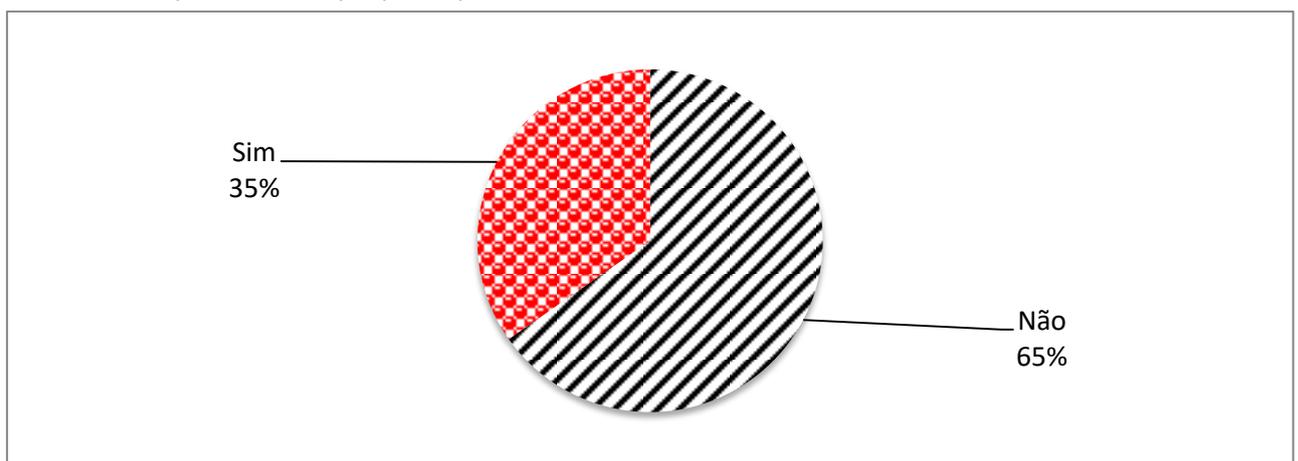


Tabela 14: Se não, quantas vezes?

| | Respondentes | % |
|---------|--------------|-------|
| 1 vez | 13 | 10,5% |
| 2 vezes | 18 | 14,5% |

| | | |
|----------------------|------------|---------------|
| 3 vezes | 15 | 12,1% |
| 4 vezes | 9 | 7,3% |
| 5 vezes | 18 | 14,5% |
| De 6 até 9 vezes | 12 | 9,7% |
| De 10 até 14 vezes | 21 | 16,9% |
| Mais 15 até 20 vezes | 10 | 8,1% |
| Mais de 20 vezes | 6 | 4,8% |
| Não responderam | 2 | 1,6% |
| Total | 124 | 100,0% |

Tabela 15: Como ficou sabendo do Goiânia Noise Festival este ano?

| | Entrevistados | % |
|--------------------|---------------|---------------|
| Redes Sociais | 88 | 46,3% |
| Boca a Boca | 63 | 33,2% |
| Amigos e parentes | 11 | 5,8% |
| Trabalho | 4 | 2,1% |
| Produção | 3 | 1,6% |
| Jornal | 3 | 1,6% |
| Tevê | 2 | 1,1% |
| Banda | 1 | 0,5% |
| empresário | 1 | 0,5% |
| Convite | 1 | 0,5% |
| Mercado das coisas | 1 | 0,5% |
| Radio | 1 | 0,5% |
| Musico | 1 | 0,5% |
| Site do Evento | 1 | 0,5% |
| Internet | 1 | 0,5% |
| No estúdio | 1 | 0,5% |
| Não responderam | 7 | 3,7% |
| Total | 190 | 100,0% |

Tabela 16: Pretende ficar quantas horas no evento?

| | Respondentes | % |
|-------------------|--------------|-------|
| Uma 1 até 2 horas | 8 | 4,2% |
| De 3 até 4 horas | 48 | 25,3% |
| De 5 até 6 horas | 70 | 36,8% |
| De 7 a 8 horas | 15 | 7,9% |
| 9 horas ou mais | 10 | 5,3% |

| | | |
|---------------------|------------|---------------|
| Até o fim do evento | 37 | 19,5% |
| Não responderam | 2 | 1,1% |
| Total | 190 | 100,0% |

Tabela 17: Qual foi o show que mais te motivou a participar do Goiânia Noise Festival?

| | Respondentes | % |
|----------------------------|--------------|-------|
| Supla (SP) | 31 | 16,3% |
| Toy Dolls (UK) | 27 | 14,2% |
| Mundo Livre S/A (PE) | 14 | 7,4% |
| Violins (GO) | 11 | 5,8% |
| O evento | 10 | 5,3% |
| Todas as atrações | 7 | 3,7% |
| The Galo Power (GO) | 7 | 3,7% |
| Almost Down (GO) | 7 | 3,7% |
| Volúpia de Baco (GO) | 7 | 3,7% |
| Ressonância Mórfica (GO) | 6 | 3,2% |
| Sixxen (GO) | 6 | 3,2% |
| Translucido (ARG) | 3 | 1,6% |
| Templates (GO) | 3 | 1,6% |
| Desert Crows (GO) | 3 | 1,6% |
| Urumbeta do Espaço (GO) | 3 | 1,6% |
| Blowdrivers (GO) | 3 | 1,6% |
| Branda (GO) | 2 | 1,1% |
| conhecer as bandas | 2 | 1,1% |
| Curiosidade | 2 | 1,1% |
| Aurora Rules (GO) | 2 | 1,1% |
| Trabalho | 2 | 1,1% |
| ainda não sei | 2 | 1,1% |
| Corja (GO) | 2 | 1,1% |
| Variantes (SC) | 1 | 0,5% |
| Lobinho e os 3 Porcão (GO) | 1 | 0,5% |
| SC 16 (GO) | 1 | 0,5% |
| conhecer | 1 | 0,5% |
| Atrações | 1 | 0,5% |
| Ver o marido | 1 | 0,5% |
| Diego Mascate (GO) | 1 | 0,5% |
| conhecer bandas novas | 1 | 0,5% |
| Krakkenspit (GO) | 1 | 0,5% |
| Macakongs 2099 (DF) | 1 | 0,5% |

| | | |
|---------------------------|----|-------|
| Ver a galera, conhecer. | 1 | 0,5% |
| curtindo os shows de hoje | 1 | 0,5% |
| Machete Bomb (PR) | 1 | 0,5% |
| Banda regional | 1 | 0,5% |
| Só para vê o palco | 1 | 0,5% |
| Não vai assistir shows | 1 | 0,5% |
| Não responderam | 24 | 12,6% |

Obs: Feito distribuição conforme respostas dos participantes da pesquisa, foi considerado que existia a possibilidade do participante ter mais de uma opção de resposta.

Tabela 18: Característica do grupo

| | Respondentes | % |
|---------------------|--------------|---------------|
| Grupos de Amigos | 120 | 63,2% |
| Casal S/Filhos | 34 | 17,9% |
| Sozinho | 23 | 12,1% |
| Grupo Familiar | 8 | 4,2% |
| Colegas de trabalho | 5 | 2,6% |
| Total | 190 | 100,0% |

Gráfico 9: Característica do grupo

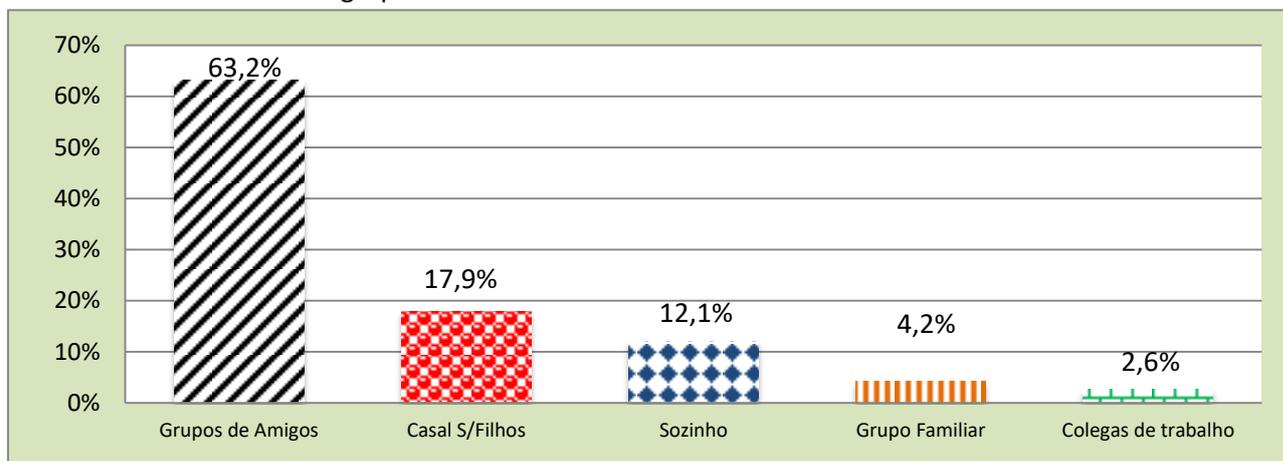


Tabela 19: Tamanho do grupo

| | Entrevistados | % |
|----------------|---------------|-------|
| Sozinho | 25 | 13,2% |
| Duas pessoas | 86 | 45,3% |
| Três pessoas | 24 | 12,6% |
| Quatro pessoas | 12 | 6,3% |
| Cinco pessoas | 19 | 10,0% |

| | | |
|--------------------------|------------|---------------|
| Entres seis a 10 pessoas | 19 | 10,0% |
| Mais de 10 pessoas | 5 | 2,6% |
| Total | 190 | 100,0% |

Tabela 20: Meio de transporte utilizado para chegar ao Goiânia Noise Festival?

| | Respondentes | % |
|-------------------|---------------------|---------------|
| Automóvel Próprio | 72 | 37,9% |
| Uber | 58 | 30,5% |
| Automóvel Próprio | 23 | 12,1% |
| Carona | 10 | 5,3% |
| Ônibus Urbano | 7 | 3,7% |
| De pé | 6 | 3,2% |
| Moto | 6 | 3,2% |
| Skate | 2 | 1,1% |
| Táxi | 2 | 1,1% |
| Van | 1 | 0,5% |
| Moto táxi | 1 | 0,5% |
| Avião (a pé) | 1 | 0,5% |
| Bicicleta | 1 | 0,5% |
| Total | 190 | 100,0% |

Tabela 21: Você conheceu algum atrativo turístico em Goiânia?

| | Respondentes | % |
|-----------------|---------------------|---------------|
| Sim | 11 | 32,4% |
| Não | 10 | 29,4% |
| Não responderam | 13 | 38,2% |
| Total | 34 | 100,0% |

Gráfico 10: Você conheceu algum atrativo turístico em Goiânia?

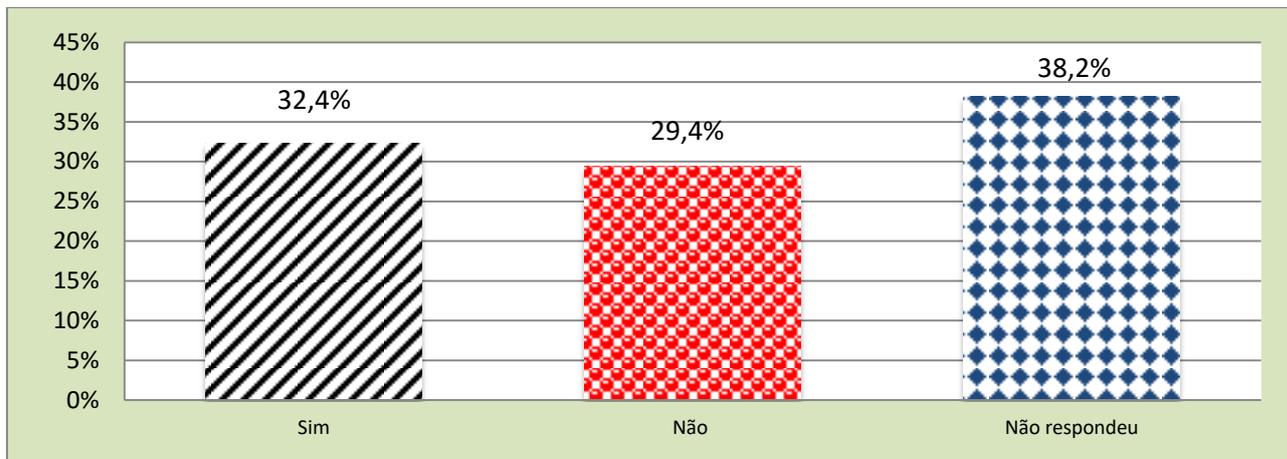


Tabela 22: Se sim, qual?

| | Respondentes | % |
|-------------------------------|--------------|---------------|
| Museu Pedro Ludovico - Seduce | 1 | 9,1% |
| Palácio/Feira/Shopping | 1 | 9,1% |
| Feira da lua | 1 | 9,1% |
| Estádio, autódromo | 1 | 9,1% |
| Não responderam | 7 | 63,6% |
| Total | 11 | 100,0% |

Tabela 23: Conheceu ou pretende conhecer algumas das Cidades Turísticas do Estado?

| | Respondentes | % |
|-----------------|--------------|---------------|
| Sim | 12 | 35,3% |
| Não | 9 | 26,5% |
| Não responderam | 13 | 38,2% |
| Total | 34 | 100,0% |

Gráfico 11: Conhece ou pretende conhecer algumas das Cidades Turísticas do Estado?

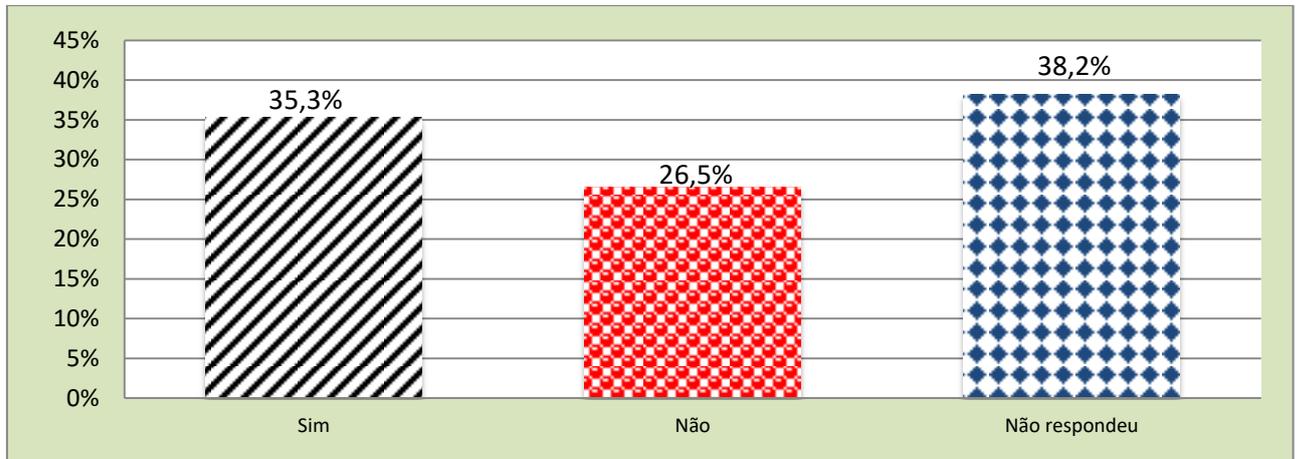
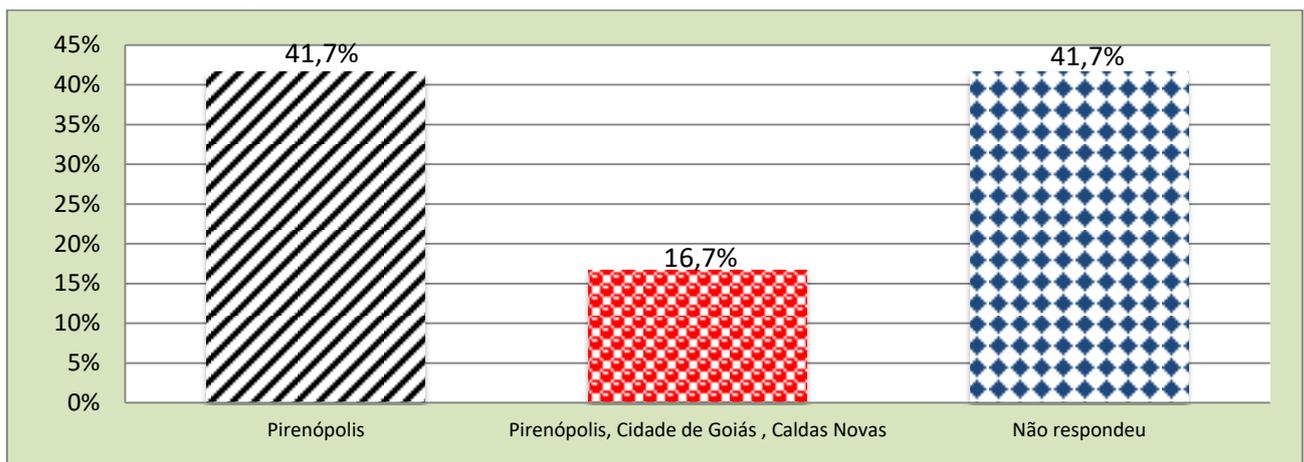


Tabela 24: Se sim, qual?

| | Respondentes | % |
|---|--------------|---------------|
| Pirenópolis | 5 | 41,7% |
| Pirenópolis, Cidade de Goiás, Caldas Novas | 2 | 16,7% |
| Não responderam | 5 | 41,7% |
| Total | 12 | 100,0% |

Gráfico 12: Se sim, qual?



Gastos

Tabela 25: Qual a sua previsão de gasto hoje no Goiânia Noise Festival?

| | Respondentes | % |
|-------------------------|-----------------|---------------|
| Até R\$20 reais | 38 | 20,0% |
| De R\$21 a R\$40 reais | 32 | 16,8% |
| De R\$41 a R\$60 reais | 51 | 26,8% |
| De R\$61 a R\$80 reais | 16 | 8,4% |
| De R\$81 a R\$100 reais | 32 | 16,8% |
| Acima de R\$100 reais | 15 | 7,9% |
| Não sabe | 3 | 1,6% |
| Não responderam | 3 | 1,6% |
| Total | 190 | 100,0% |
| Média | R\$68,62 | |

Avaliações

Tabela 26: Avaliação da infraestrutura da cidade de Goiânia

| | Péssimo | Ruim | Razoável | Bom | Ótimo | Total |
|----------------------------------|---------|-------|----------|-------|-------|-------------|
| Limpeza Urbana | 12,3% | 22,6% | 14,2% | 46,2% | 4,7% | 3,08 |
| Segurança Pública | 5,8% | 18,6% | 14,0% | 55,8% | 5,8% | 3,37 |
| Sinalização Turística | 14,6% | 21,3% | 12,4% | 46,1% | 5,6% | 3,07 |
| Serviço de Taxi | 14,0% | 30,0% | 8,0% | 48,0% | 0,0% | 2,90 |
| Serviço de Uber | 15,5% | 23,3% | 13,6% | 42,7% | 4,9% | 2,98 |
| Serviço de Hospedagem | 0,0% | 27,8% | 18,1% | 54,2% | 0,0% | 3,26 |
| Serviço de Alimentação e Bebidas | 16,1% | 26,3% | 10,2% | 43,2% | 4,2% | 2,93 |
| Média Geral | | | | | | 3,09 |

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 da infraestrutura da cidade de Goiânia

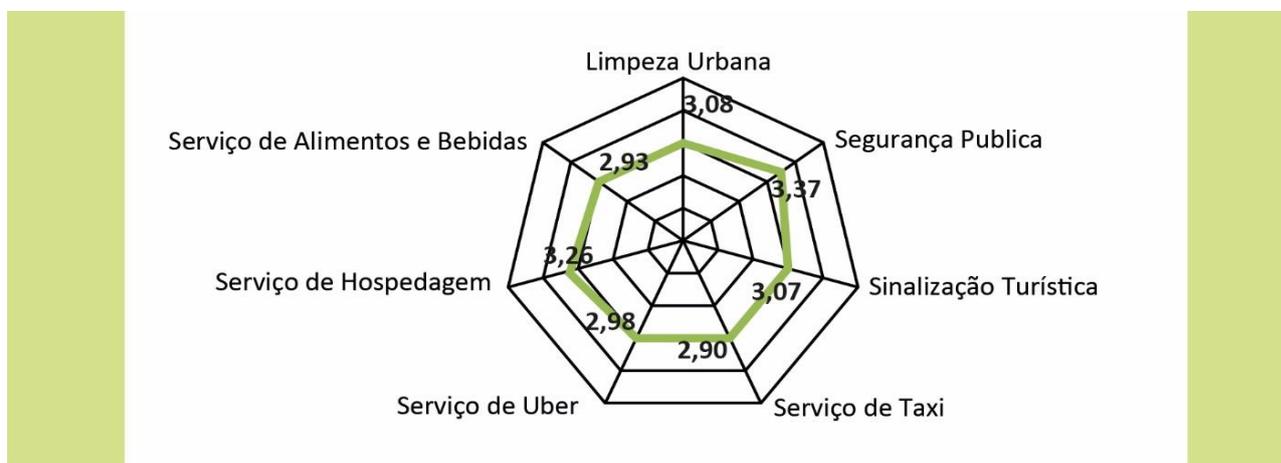


Tabela 27: Avaliação do Evento Goiânia Noise Festival 2018

| | Péssimo | Ruim | Razoável | Bom | Ótimo | Total |
|-------------------------------|---------|------|----------|-------|-------|-------------|
| Programação do Evento | 0,1% | 1,9% | 11,7% | 30,0% | 56,3% | 4,40 |
| Local do Evento | 0,6% | 4,1% | 15,9% | 30,6% | 48,8% | 4,23 |
| Estacionamento | 0,0% | 4,2% | 12,5% | 34,6% | 48,7% | 4,28 |
| Data do Evento | 0,5% | 4,3% | 16,8% | 31,6% | 46,8% | 4,20 |
| Divulgação do Evento | 0,4% | 2,5% | 15,9% | 32,5% | 48,6% | 4,26 |
| Estrutura do Evento | 0,7% | 4,5% | 15,6% | 30,5% | 48,8% | 4,22 |
| Alimentos e Bebidas no evento | 0,3% | 4,6% | 15,9% | 30,1% | 49,1% | 4,23 |
| Preços praticados no evento | 0,5% | 3,2% | 15,3% | 32,4% | 48,6% | 4,26 |
| Segurança no Evento | 0,7% | 4,0% | 14,4% | 32,0% | 48,9% | 4,24 |
| Lixeiras | 0,5% | 3,5% | 13,6% | 34,0% | 48,5% | 4,26 |
| Sinalização no Evento | 0,2% | 3,6% | 13,1% | 33,3% | 49,8% | 4,29 |
| Avaliação Geral do Evento | 0,4% | 3,3% | 15,3% | 31,5% | 49,4% | 4,26 |
| Média Geral | | | | | | 4,26 |

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

Gráfico 14: Avaliação do Evento Goiânia Noise Festival 2018



Expectativas

Tabela 28: Você recomendaria a um amigo ou familiar o Goiânia Noise Festival?

| | Respondentes | % |
|-------|--------------|--------|
| Sim | 190 | 100,0% |
| Total | 190 | 100,0% |

Gráfico 15: Você recomendaria a um amigo ou familiar o Goiânia Noise Festival?

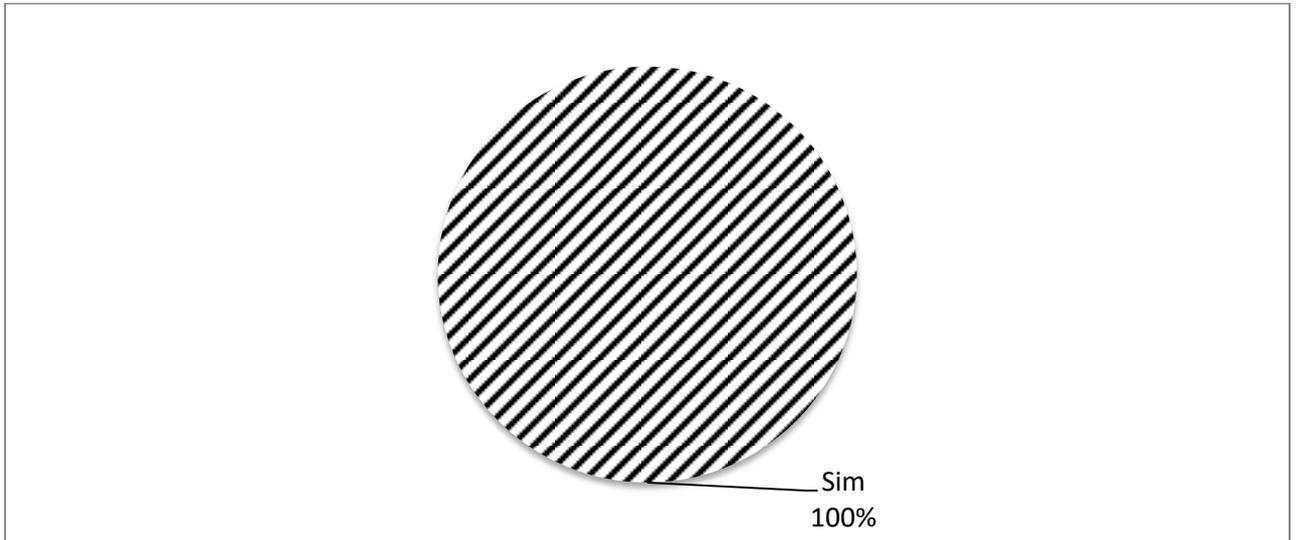


Tabela 29: Você pretende voltar ao Goiânia Noise Festival?

| | Respondentes | % |
|-------|--------------|--------|
| Sim | 189 | 99,5% |
| Não | 1 | 0,5% |
| Total | 190 | 100,0% |

Gráfico 16: Você pretende voltar ao Goiânia Noise Festival?

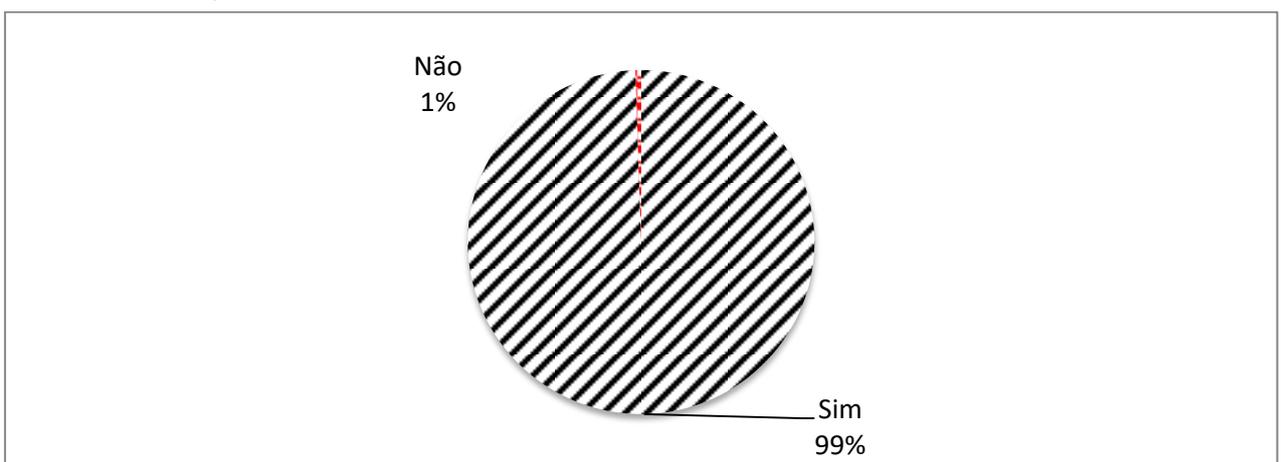


Tabela 30: Motivo para não voltar ao Goiânia Noise Festival?

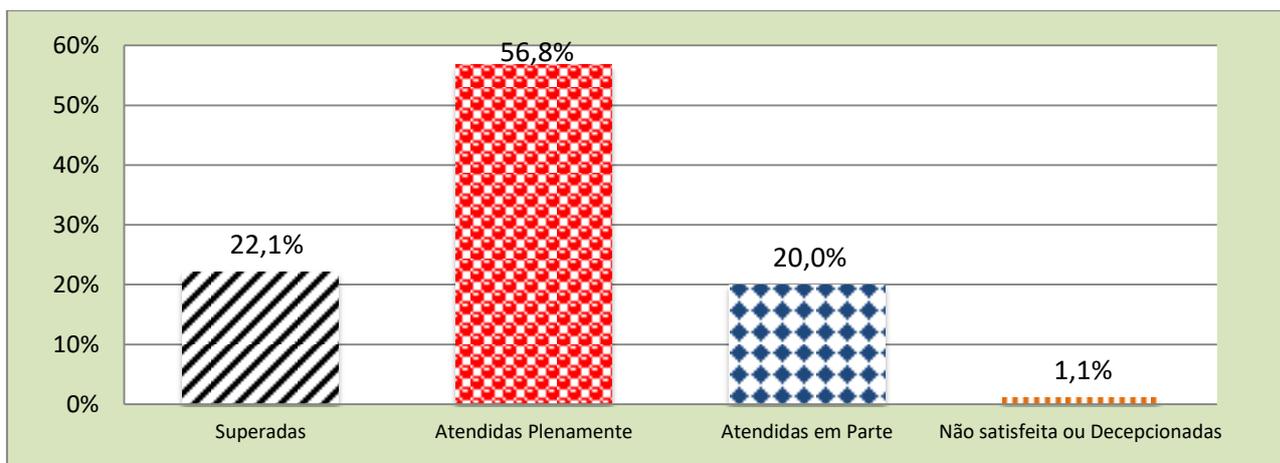
| | Respondentes | % |
|--------------------|--------------|---------------|
| Não é o meu estilo | 1 | 100,0% |
| Total | 1 | 100,0% |

Obs: Dentro da amostra apenas um respondente afirmou não regressar ao evento no total foram entrevistados 190 participantes.

Tabela 31: Neste evento suas expectativas foram:

| | Respondentes | % |
|----------------------------------|--------------|---------------|
| Superadas | 42 | 22,1% |
| Atendidas Plenamente | 108 | 56,8% |
| Atendidas em Parte | 38 | 20,0% |
| Não satisfeitas ou Decepcionadas | 2 | 1,1% |
| Total | 190 | 100,0% |

Gráfico 17: Neste evento suas expectativas foram:



Elogios, Críticas e Sugestão dos respondentes.

Tabela 32: Elogios ao Goiânia Noise Festival

| | Respondentes | % |
|-----------------------------|--------------|------|
| Tudo ótimo. | 9 | 4,7% |
| As bandas foram tão legais. | 1 | 0,5% |
| Banda Punk da Argentina. | 1 | 0,5% |
| Muito Bom. | 1 | 0,5% |

| | | |
|-------------------------------|------------|---------------|
| Ótimo sem sugestões. | 1 | 0,5% |
| Tudo completo. | 1 | 0,5% |
| Está bem legal. | 1 | 0,5% |
| Tudo ótimo. | 1 | 0,5% |
| É paz de boa. | 1 | 0,5% |
| Esta massa. | 1 | 0,5% |
| Ambiente bem separado, ótimo. | 1 | 0,5% |
| Gostei de tudo. | 1 | 0,5% |
| Tá joia. | 1 | 0,5% |
| Vibe do lugar é incrível. | 1 | 0,5% |
| Não responderam. | 168 | 88,4% |
| Total | 190 | 100,0% |

Tabela 33: Críticas ao Goiânia Noise Festival

| | Respondentes | % |
|---|--------------|------|
| Pessoas que fica lá fora vigiando carro é insuportável, não tem condições. | 1 | 0,5% |
| O preço da cerveja tá caro. | 1 | 0,5% |
| Pouca gente no evento. | 1 | 0,5% |
| Começar no período da tarde. | 1 | 0,5% |
| Considero evento pequeno para a parte dos shows. | 1 | 0,5% |
| Depois da briga dentro da gravadora foi pesado realizar o evento sem grana, o evento ainda está bom. | 1 | 0,5% |
| O ingresso no sábado mais caro não é bom, outras marcas de cerveja. | 1 | 0,5% |
| Portaria muito confusa, não sabemos onde pegamos o ingresso e onde pegamos as pulseiras. | 1 | 0,5% |
| Divulgação foi fraca não fiquei sabendo, gostei da área social e estacionamento. | 1 | 0,5% |
| Preço do ingresso. | 1 | 0,5% |
| Está bagunçado (falta informações de como trocar a pulseira). | 1 | 0,5% |
| Está faltando incentivo para continuar no evento. | 1 | 0,5% |
| Tem que divulgar mais, estrutura e dinâmica esse ano esta estranha. | 1 | 0,5% |
| Está massa, mas precisava ter mais acessibilidade. | 1 | 0,5% |
| Estamos assustados com o evento, mas entendemos que e decorrente da falta de dinheiro. | 1 | 0,5% |
| Evento caiu muito depois que o Fabrício saiu da Mostro. | 1 | 0,5% |
| Faltou cerveja só tem Chopp ,desejar boa sorte para organizar, e foi péssimo negocio tirar o Fabricio da Monstro. | 1 | 0,5% |
| Faltou um nome de peso mais popular. | 1 | 0,5% |

| | | |
|---|------------|---------------|
| Fique perdida sem saber onde comprava a entrada. | 1 | 0,5% |
| O estacionamento. | 1 | 0,5% |
| O local de venda dos bilhetes esta ruim. | 1 | 0,5% |
| Os flanelinhas são fudas. | 1 | 0,5% |
| Ingresso caro. | 1 | 0,5% |
| Pela quebradura do evento da organização ta ótima. | 1 | 0,5% |
| Inicio do evento muito cedo. | 1 | 0,5% |
| Portaria. | 1 | 0,5% |
| Lixeiras muito escondidas, não da para ver. Quase tudo ok | 1 | 0,5% |
| preço caro do ingresso. | 1 | 0,5% |
| Tem que pagar para estacionar na rua. | 1 | 0,5% |
| Não responderam. | 161 | 84,7% |
| Total | 190 | 100,0% |

Tabela 34: Sugestões ao Goiânia Noise Festival

| | Respondentes | % |
|---|--------------|------|
| Mais lixeiras. | 5 | 2,6% |
| Local mais amplo. | 2 | 1,1% |
| Melhorar o line up. | 2 | 1,1% |
| Mais divulgação. | 2 | 1,1% |
| Ter mais de uma pulseira. | 1 | 0,5% |
| Mais divulgação, entrada melhor, preço. | 1 | 0,5% |
| Aumentar espaço. | 1 | 0,5% |
| Mais lixeiras; estacionamento; e um ponto de energia. | 1 | 0,5% |
| Aumentar marcas de Chopp. | 1 | 0,5% |
| Cerveja litrão. | 1 | 0,5% |
| Selecionar melhor as bandas, abrandar os preços dos ingressos, e estacionamento. | 1 | 0,5% |
| Banheiro retornando o esgoto. | 1 | 0,5% |
| Mais patrocínio. | 1 | 0,5% |
| Banheiro feminino sem porta, colocar as bandas junto com o publico, os locais não tem ventilação. | 1 | 0,5% |
| Melhorar o preço das comidas e bebidas. | 1 | 0,5% |
| Colocar em cada palco o alerta bandas. | 1 | 0,5% |
| Colocar mais bandas conhecidas. | 1 | 0,5% |
| Colocar o estilo musical na frente das bandas. | 1 | 0,5% |
| Mais opções de Chopp. | 1 | 0,5% |
| Aumentar a diversidade de bebidas. | 1 | 0,5% |
| Colocar um estacionamento que os flanelinhas não cobrem conta. | 1 | 0,5% |

| | | |
|--|---|------|
| Começar mais tarde o evento. | 1 | 0,5% |
| Abrir espaço para outras cervejarias melhores. | 1 | 0,5% |
| Começar mais tarde o evento. | 1 | 0,5% |
| Melhorar a estrutura. | 1 | 0,5% |
| Conseguir mais patrocínio e tentar melhorar o evento. | 1 | 0,5% |
| Melhorar o Line up e a divulgação. | 1 | 0,5% |
| Deveria ser em um lugar maior ,mais sinalizado para chegar. | 1 | 0,5% |
| Divulgação e redução do valor. | 1 | 0,5% |
| Tem que divulgar mais, estrutura e dinâmica esse ano esta estranha. | 1 | 0,5% |
| Mais investimento. | 1 | 0,5% |
| Divulgar seria melhor. | 1 | 0,5% |
| Shows poderia começar mais tarde. | 1 | 0,5% |
| Mais investimento. | 1 | 0,5% |
| Mais opções de bebidas. | 1 | 0,5% |
| Mais organização. | 1 | 0,5% |
| Estacionamento adequado e lixeiras. | 1 | 0,5% |
| Melhorar a divulgação. | 1 | 0,5% |
| Melhorar a segurança poderia ter opções Veganas. | 1 | 0,5% |
| Melhorar o estacionamento. | 1 | 0,5% |
| Faça o próximo. | 1 | 0,5% |
| Melhorar sinalização, preços mais acessíveis. | 1 | 0,5% |
| Incentivo da secretária de cultura. | 1 | 0,5% |
| Poderia ter bandas mais populares, as flanelinhas estão muito desagradáveis. | 1 | 0,5% |
| Lixeiras e estacionamento melhores. | 1 | 0,5% |
| Local maior. | 1 | 0,5% |
| Selecionar bandas, divulgação melhor, sinalização melhor. | 1 | 0,5% |
| A sinalização dos caixas deveria ser melhor. | 1 | 0,5% |
| Maior diversidade de Bandas, valorizar Bandas Goianas. | 1 | 0,5% |
| Sinalização (placas) sinalização lixeiras. | 1 | 0,5% |
| Maior diversidade de comida e bebida, mais apoio do estado, mais lixeiras, mais patrocínio, mais divulgação. | 1 | 0,5% |
| Maior duração, mais bandas, sempre Toy Dolls. | 1 | 0,5% |
| Mais bandas goianas, mais lixeiras, mais patrocínio. | 1 | 0,5% |
| Trazer mais Bandas de Metal. | 1 | 0,5% |
| Mais bandas goianas. | 1 | 0,5% |
| Trazer mais Bandas de Metal. | 1 | 0,5% |
| Mais bandas goianas. | 1 | 0,5% |
| A divulgação deveria ser melhor, e a sinalização dentro do evento. | 1 | 0,5% |
| Valorização do evento. | 1 | 0,5% |

| | | |
|-----------------------------|------------|---------------|
| Mais financiamento publico. | 1 | 0,5% |
| Não responderam. | 123 | 64,7% |
| Total | 190 | 100,0% |

Infográfico Goiânia Noise Festival

