

# PESQUISA DE PERFIL E SATISFAÇÃO DO PÚBLICO DE COMPRAS QUE FREQUENTA A RUA 44 E ADJACÊNCIAS 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  
Carlos Henrique Pereira de Freitas

## **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 constituída por um Diretor, um Gerente, técnicos especialistas em Turismo, Estatística, Economia, Geografia 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](http://www.observatoriodoturismo.tur.br)).

### **1.2 Rua 44 e Adjacências**

A Rua 44 é uma rua comercial e seu entorno é um importante centro de compras da cidade de Goiânia, que atrai diariamente diferentes indivíduos do Estado de Goiás, bem como de outros estados da federação, que estão à procura de artigos de qualidade, bom atendimento e preços atrativos. Existe na região uma abundância de produtos de vestuário, alimentação, enxovais, calçados, bijuterias, brinquedos, artigos de decoração, utensílios para casa no geral, entre outros gêneros de produtos que são ofertados a varejo e no atacado visando à comodidade e satisfação de diferentes públicos.

## 2 METODOLOGIA

### 2.1 Descrição da Pesquisa

Visando conhecer o perfil e satisfação do público de compras que frequenta a rua 44 e adjacências, o Observatório do Turismo, realizou a pesquisa, nos 01 de dezembro até o dia 23 de dezembro de 2018. Os formulários foram aplicados utilizando-se o formato impresso com perguntas abertas e fechadas. Para a Tabulação quantitativa foi utilizado o sistema de formulários do Google Drive. Os dados foram exportados para o Excel e analisados para gerar este relatório técnico. A avaliação qualitativa das respostas abertas foi feita pela ferramenta Wordclouds - trata-se de "nuvens de palavras" construídas a partir do texto com as respostas dos respondentes. De acordo com a Prefeitura de Três Ranchos o público do evento foi de aproximadamente 27.500 pessoas entre os quatro dias de evento.

## 3 DESTAQUES DA PESQUISA

- 67,6% dos respondentes são do Gênero feminino
- 58,5 dos respondentes cursaram até o ensino médio
- A renda média dos respondentes é R\$2.045.82
- 86,1% dos respondentes são da região metropolitana de Goiânia
- 94,3% dos respondentes pretendem fazer compras novamente na região da 44.
- 92,8% indicam a região da Rua 44 e suas adjacências para terceiros.

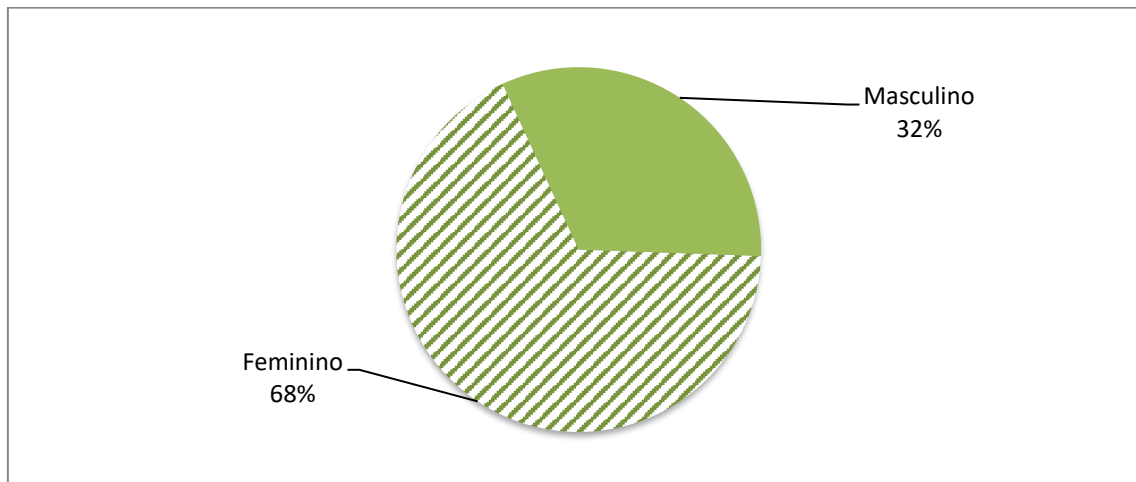
## 4. RESULTADOS DAS ENTREVISTAS COM TURISTAS/EXCURSIONISTAS

### Perfil do Entrevistado

**Tabela 1: Gênero**

	Respondentes	Total
Feminino	609	67,6%
Masculino	292	32,4%
<b>Total</b>	<b>901</b>	<b>100,0%</b>

**Gráfico 1: Gênero**



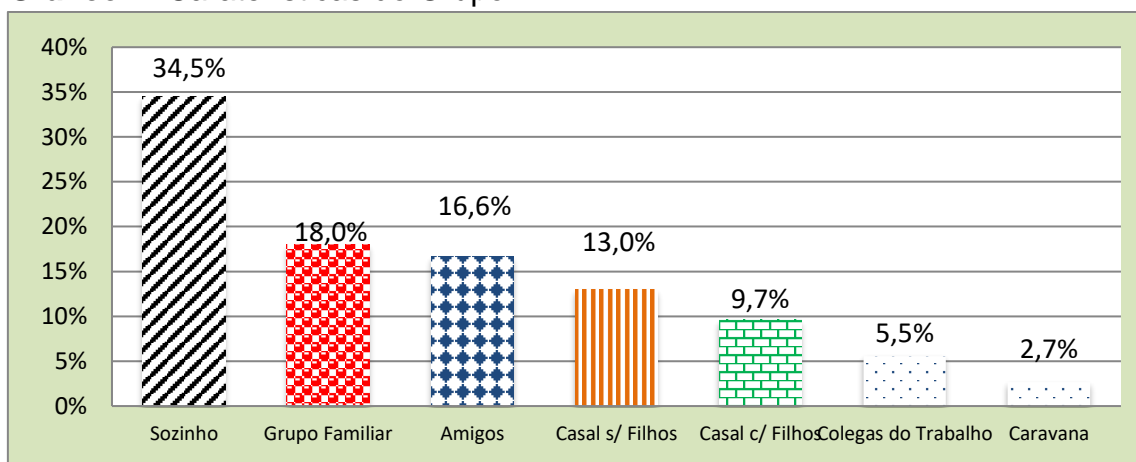
**Tabela 2: Idade**

	Respondentes	%
Até 18 anos	23	2,6%
De 19 a 25 anos	221	24,5%
De 26 a 32 anos	252	28,0%
De 33 a 39	137	15,2%
De 40 até 46	94	10,4%
De 47 até 54	57	6,3%
De 55 até 62	20	2,2%
De 63 até 69	9	1,0%
70 anos ou +	7	0,8%
Não responderam	81	9,0%
<b>Total</b>	<b>901</b>	<b>100,0%</b>
<b>Média</b>	<b>32,5</b>	

**Tabela 3: Características do Grupo**

	Respondentes	%
Sozinho	311	34,5%
Grupo Familiar	162	18,0%
Amigos	150	16,6%
Casal s/ Filhos	117	13,0%
Casal c/ Filhos	87	9,7%
Colegas do Trabalho	50	5,5%
Caravana	24	2,7%
<b>Total</b>	<b>901</b>	<b>100,0%</b>

**Gráfico 2:** Características do Grupo



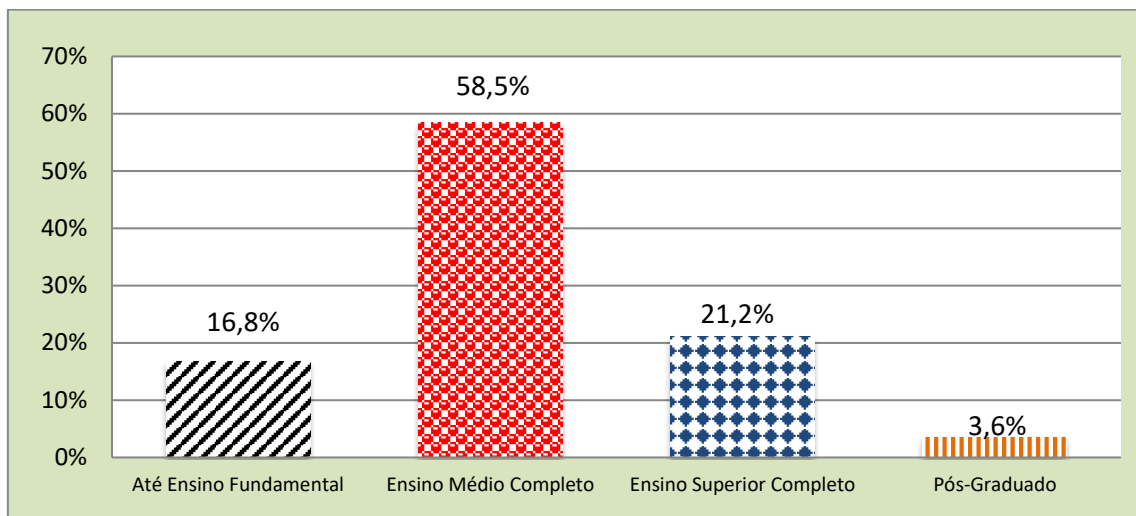
**Tabela 4:** Tamanho do grupo

	Respondentes	
Sozinho	311	34,5%
Duas pessoas	235	26,1%
Três pessoas	136	15,1%
Quatro pessoas	91	10,1%
Cinco pessoas	36	4,0%
Seis pessoas	20	2,2%
Sete pessoas	6	0,7%
Oito Pessoas	7	0,8%
Nove pessoas	2	0,2%
Dez Pessoas	9	1,0%
Mais de 10 e menos de 20	10	1,1%
Mais de 20 e menos de 30	3	0,3%
Mais de 30 pessoas	2	0,2%
Não Responderam	33	3,7%
<b>Total</b>	<b>901</b>	<b>100,0%</b>

**Tabela 5:** Escolaridade

	Respondentes	%
Até Ensino Fundamental	151	16,8%
Ensino Médio Completo	527	58,5%
Ensino Superior Completo	191	21,2%
Pós-Graduado	32	3,6%
<b>Total</b>	<b>901</b>	<b>100,0%</b>

**Gráfico 3: Escolaridade**



**Tabela 6: Renda mensal individual**

	Respondentes	%
Sem Renda	17	1,9%
Até 2 Salários Mínimos	379	42,1%
De 2 até 4 Salários Mínimos	207	23,0%
De 4 até 6 Salários Mínimos	27	3,0%
De 6 até 8 Salários Mínimos	8	0,9%
De 8 até 10 Salários Mínimos	1	0,1%
Mais de 10 Salários	6	0,7%
Não Respondeu	256	28,4%
<b>Total</b>	<b>901</b>	<b>100,0%</b>
<b>Renda Média Geral</b>	<b>R\$2.045,82</b>	

**Tabela 7: Estado de Origem**

	Respondentes	%
GO	849	94,2%
TO	12	1,3%
DF	9	1,0%
MG	8	0,9%
PA	5	0,6%
BA	5	0,6%
MT	5	0,6%
MA	2	0,2%
RJ	1	0,1%
AC	1	0,1%
SP	1	0,1%

AM	1	0,1%
PR	1	0,1%
PI	1	0,1%
<b>Total</b>	<b>901</b>	<b>100,0%</b>

**Tabela 8:** Cidade origem

	Respondentes	%
Goiânia	657	72,9%
Aparecida de Goiânia	36	4,0%
Senador Canedo	24	2,7%
Trindade	17	1,9%
Abadia de Goiás	10	1,1%
Brasília	9	1,0%
Palmas	8	0,9%
Anápolis	8	0,9%
Hidrolândia	8	0,9%
Porangatu	5	0,6%
Cidade de Goiás	5	0,6%
Jataí	5	0,6%
Palmeiras de Goiás	4	0,4%
Rio Verde	4	0,4%
Bela Vista	4	0,4%
Goianira	4	0,4%
Itumbiara	4	0,4%
Guapó	3	0,3%
Salvador	3	0,3%
Caiapônia	2	0,2%
Belém	2	0,2%
Mato Verde	2	0,2%
Coronel Fabriciano	2	0,2%
Pirenópolis	2	0,2%
Formosa	2	0,2%
Araguaína	2	0,2%
Araporã	2	0,2%
Niquelândia	2	0,2%
Ceres	2	0,2%
Bonfinópolis	2	0,2%
Imperatriz	2	0,2%
Pires do Rio	2	0,2%
Itaberaí	2	0,2%
Redenção	2	0,2%
Caldas Novas	2	0,2%
Bela Vista	2	0,2%
Luziânia	2	0,2%
Nerópolis	2	0,2%

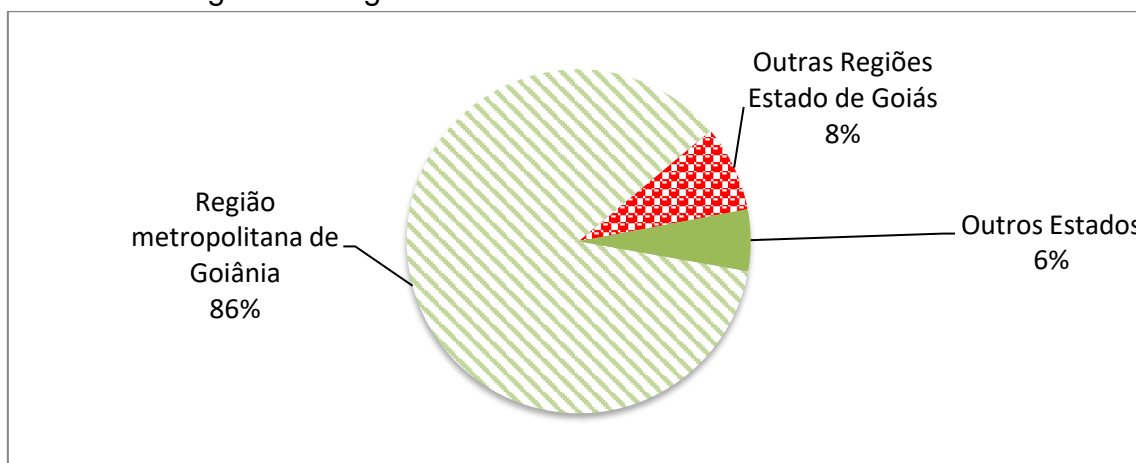


São Paulo	1	0,1%
Rio Pardo	1	0,1%
Valparaíso	1	0,1%
Damolândia	1	0,1%
Cuiabá	1	0,1%
Jussara	1	0,1%
Teresinha	1	0,1%
Lucas do Rio Verde	1	0,1%
Posselândia	1	0,1%
Faina	1	0,1%
Rio de Janeiro	1	0,1%
Manaus	1	0,1%
Santa Helena de Goiás	1	0,1%
Marabá	1	0,1%
Curitiba	1	0,1%
Fazenda Nova	1	0,1%
Uberaba	1	0,1%
Minaçu	1	0,1%
Água quente	1	0,1%
Cana Brava	1	0,1%
Gurupi	1	0,1%
Carinhanha	1	0,1%
Rio Branco	1	0,1%
Nova Veneza	1	0,1%
Barra do Garças	1	0,1%
Goianápolis	1	0,1%
San Francisco de Goiás	1	0,1%
Corumbá	1	0,1%
São Luís dos Montes Belos	1	0,1%
Araçu	1	0,1%
Caldazinha	1	0,1%
Paraúna	1	0,1%
Silvânia	1	0,1%
Pilar de Goiás	1	0,1%
Campinorte	1	0,1%
Pindorama do Tocantins	1	0,1%
Uruaçu	1	0,1%
Aruana	1	0,1%
Vitoria da Conquista	1	0,1%
Cristalina	1	0,1%
Guarani	1	0,1%
NR	4	0,4%
<b>Total</b>	<b>901</b>	<b>100,0%</b>

**Tabela 9:** Região de Origem

	Respondentes	%
Região metropolitana de Goiânia	776	86,1%
Outras Regiões Estado de Goiás	73	8,1%
Outros Estados	52	5,8%
<b>Total</b>	<b>901</b>	<b>100,0%</b>

**Gráfico 4:** Região de Origem

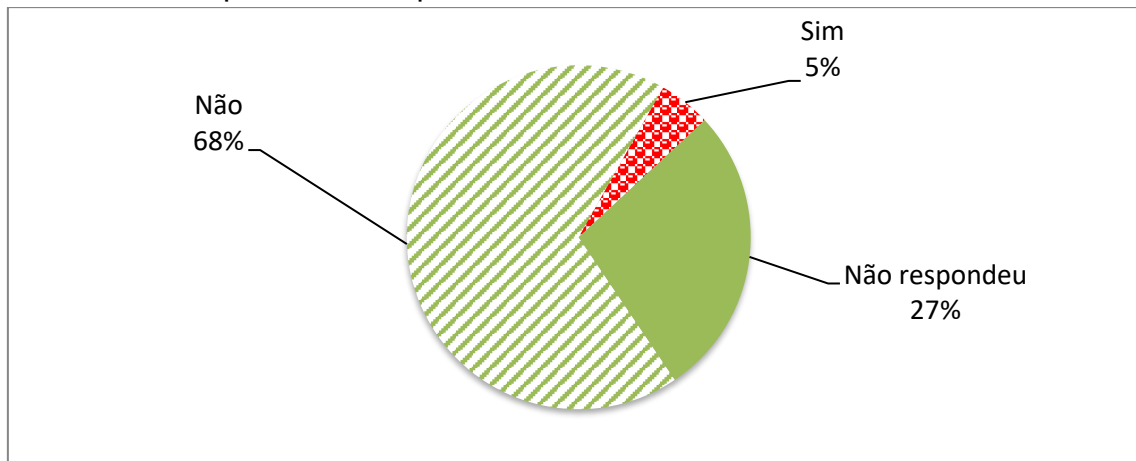


### Turistas / Excursionistas

**Tabela 10:** É a primeira vez que vem a Goiânia?

	Respondentes	%
Não	165	67,6%
Sim	12	4,9%
Não respondeu	67	27,5%
<b>Total</b>	<b>244</b>	<b>72,5%</b>

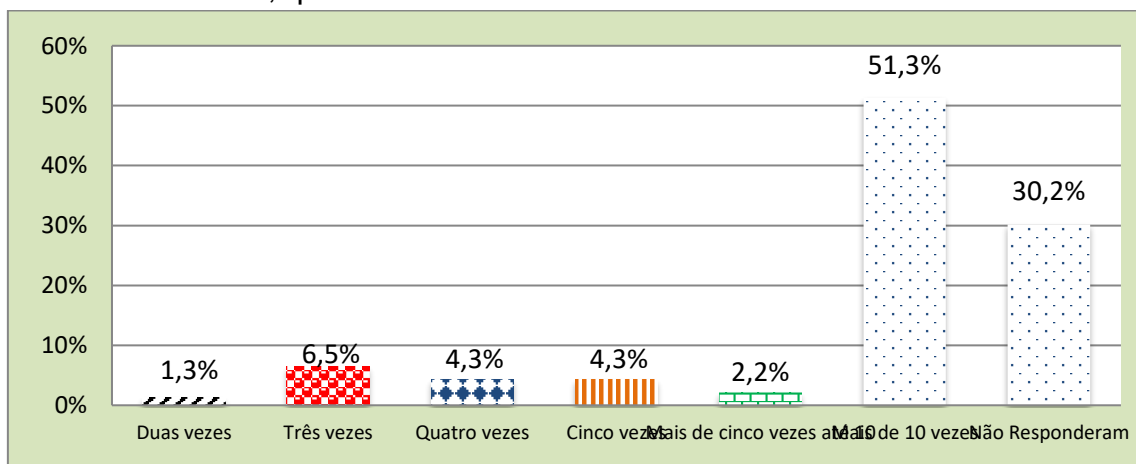
**Gráfico 5:** É a primeira vez que vem a Goiânia?



**Tabela 11:** Se não, quantas vezes?

	Respondentes	%
Duas vezes	3	1,3%
Três vezes	15	6,5%
Quatro vezes	10	4,3%
Cinco vezes	10	4,3%
Mais de cinco vezes até 10	5	2,2%
Mais de 10 vezes	119	51,3%
Não Respondeu	70	30,2%
<b>Total</b>	<b>232</b>	<b>100,0%</b>

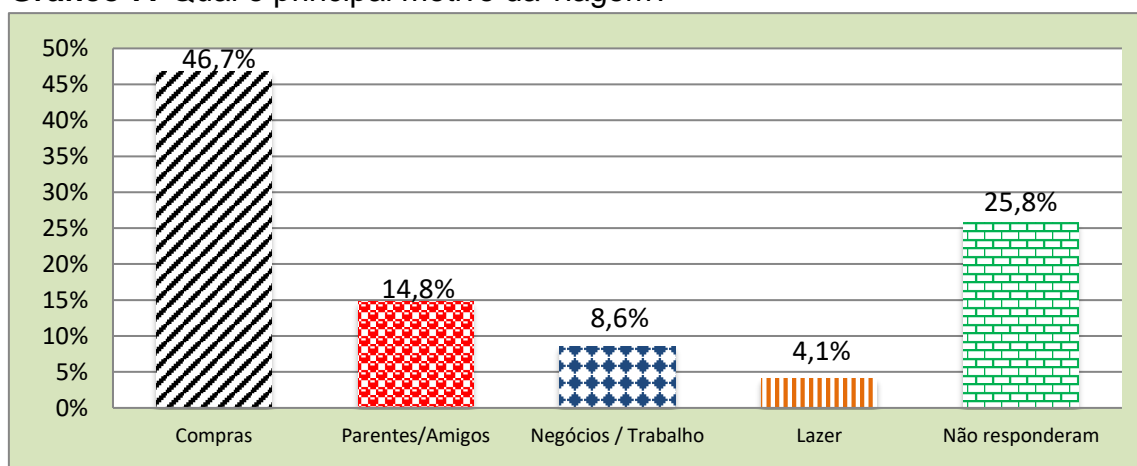
**Gráfico 6:** Se não, quantas vezes?



**Tabela 12:** Qual o principal motivo da viagem?

	Responderam	%
Compras	114	46,7%
Parentes/Amigos	36	14,8%
Negócios / Trabalho	21	8,6%
Lazer	10	4,1%
Não responderam	63	25,8%
<b>Total</b>	<b>244</b>	<b>100,0%</b>

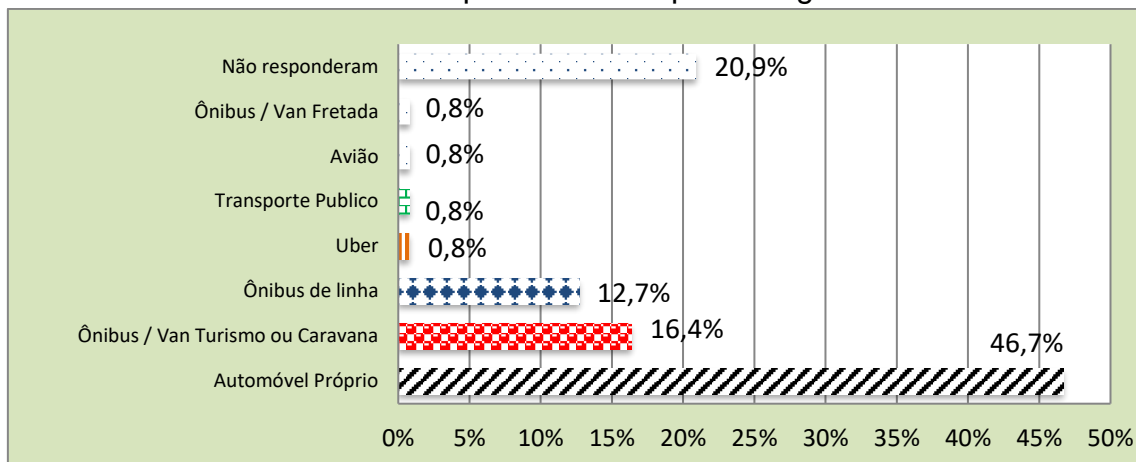
**Gráfico 7:** Qual o principal motivo da viagem?



**Tabela 13:** Qual o meio de transporte utilizado para chegar a Goiânia?

	Respondentes	%
Automóvel Próprio	114	46,7%
Ônibus / Van Turismo ou Caravana	40	16,4%
Ônibus de linha	31	12,7%
Uber	2	0,8%
Transporte Público	2	0,8%
Avião	2	0,8%
Ônibus / Van Fretada	2	0,8%
Não responderam	51	20,9%
<b>Total</b>	<b>244</b>	<b>100,0%</b>

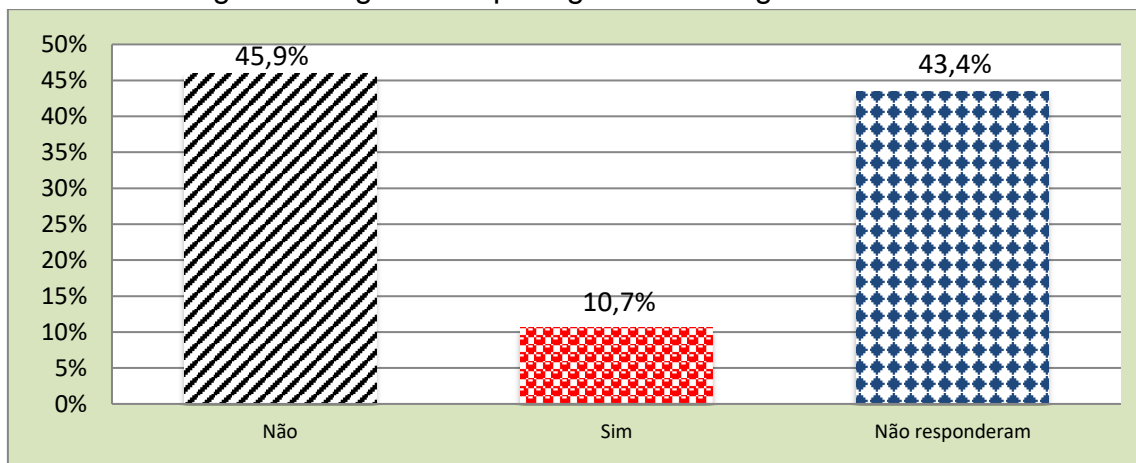
**Gráfico 8:** Qual o meio de transporte utilizado para chegar a Goiânia?



**Tabela 14:** Viagem foi organizada por agência de viagem?

	Respondentes	%
Não	112	45,9%
Sim	26	10,7%
Não responderam	106	43,4%
<b>Total</b>	<b>244</b>	<b>100,0%</b>

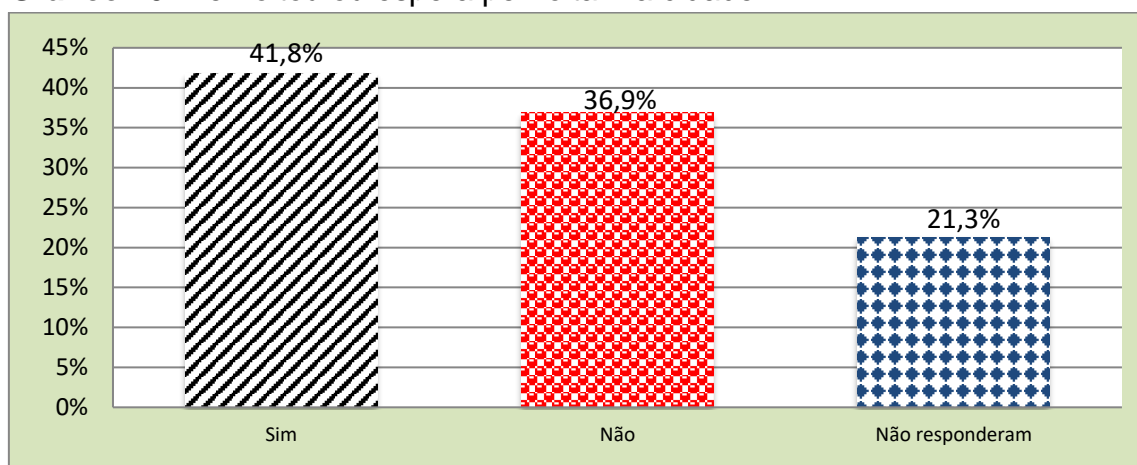
**Gráfico 9:** Viagem foi organizada por agência de viagem?



**Tabela 15:** Pernoitou ou espera pernoitar na cidade?

	Respondentes	%
Sim	102	41,8%
Não	90	36,9%
Não responderam	52	21,3%
<b>Total</b>	<b>244</b>	<b>100,0%</b>

**Gráfico 10:** Pernoitou ou espera pernoitar na cidade?



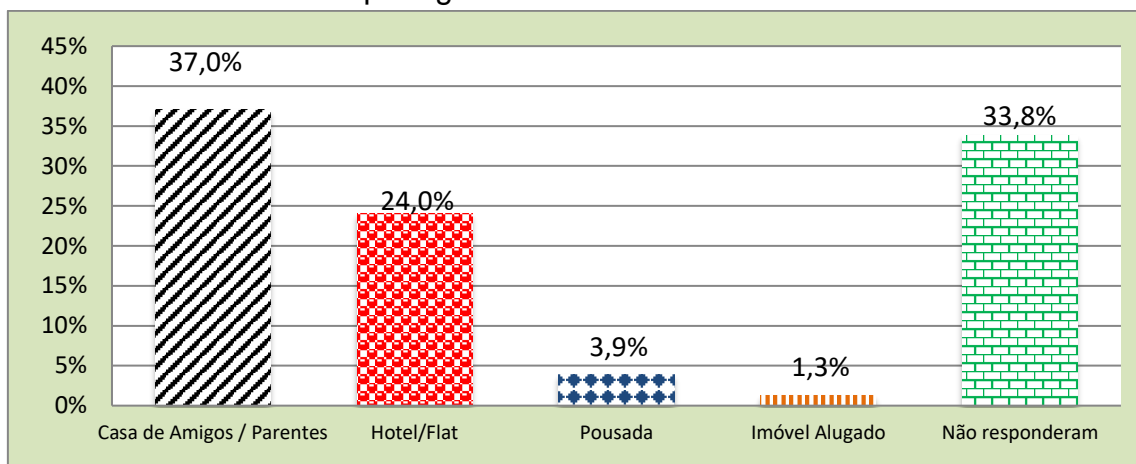
**Tabela 16:** Se sim, numero de pernoites?

	Respondentes	%
Uma pernoite	5	3,2%
Duas pernoites	19	12,3%
Três pernoites	16	10,4%
Quatro pernoites	10	6,5%
Cinco pernoites	6	3,9%
De seis a dez pernoites	6	3,9%
Mais de dez pernoites	5	3,2%
Não responderam	87	56,5%
<b>Total</b>	<b>154</b>	<b>100,0%</b>

**Tabela 17:** Meio de Hospedagem?

	Respondentes	%
Casa de Amigos / Parentes	57	37,0%
Hotel/Flat	37	24,0%
Pousada	6	3,9%
Imóvel Alugado	2	1,3%
Não responderam	52	33,8%
<b>Total</b>	<b>154</b>	<b>100,0%</b>

**Gráfico 11:** Meio de Hospedagem?



**Tabela 18:** Localização do Meio de Hospedagem?

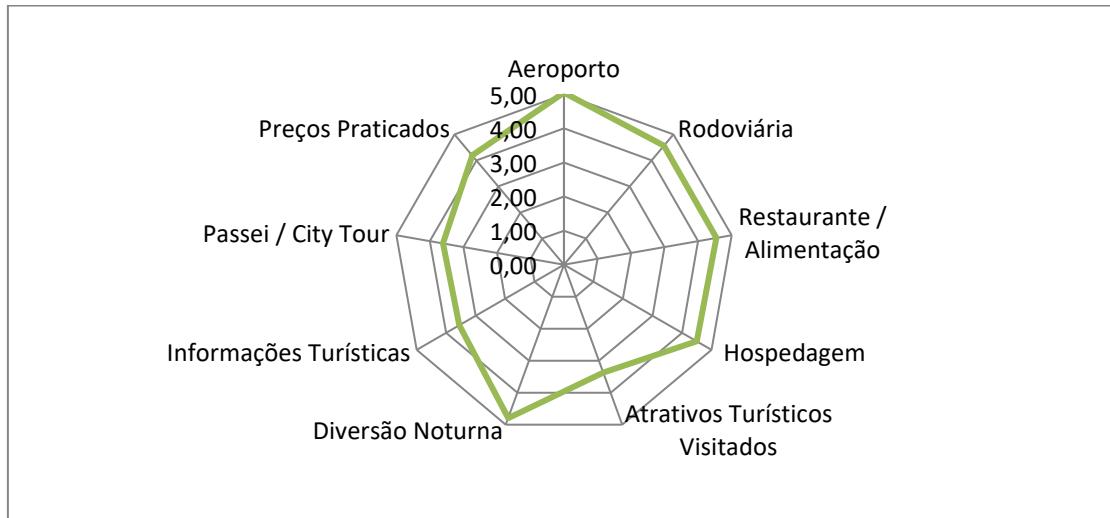
	Respondentes	%
Próximo a 44	44	28,6%
Distante da 44	33	21,4%
Não responderam	77	50,0%
<b>Total</b>	<b>154</b>	<b>100,0%</b>

**Tabela 19:** Avaliação da infraestrutura e serviços no município:

	Muito Ruim	Ruim	Regular	Bom	Muito Bom	Ótimo	Total Geral
Aeroporto	0,0%	0,0%	3,4%	25,9%	32,8%	37,9%	5,05
Rodoviária	0,0%	4,0%	9,1%	34,3%	31,3%	21,2%	4,57
Restaurante / Alimentação	0,0%	0,7%	14,5%	31,2%	37,0%	16,7%	4,54
Hospedagem	0,0%	0,0%	12,9%	38,7%	33,9%	14,5%	4,50
Atrativos Turísticos Visitados	14,1%	9,4%	30,6%	21,2%	20,0%	4,7%	3,38
Diversão Noturna	4,1%	3,1%	4,1%	22,4%	30,6%	35,7%	4,80
Informações Turísticas	4,4%	21,1%	26,7%	22,2%	13,3%	12,2%	3,56
Passei / City Tour	6,5%	16,9%	28,6%	20,8%	11,7%	15,6%	3,61
Preços Praticados	0,8%	7,1%	18,3%	33,3%	27,0%	13,5%	4,19
<b>Média Geral</b>							<b>4,24</b>

**Obs.** As notas da avaliação variam entre 1 e 6, sendo: (1) Muito Ruim, (2) Ruim, (3) Regular, (4) Bom (5) muito bom (6) ótimo

**Gráfico 12:** Avaliação da infraestrutura e serviços no município



**Tabela 20:** Detalhe de gastos realizados no município:

	Total Gasto	Pessoas Incluídas	Média
Alimentação	R\$ 7.265,00	173	R\$ 41,99
Transporte Interno	R\$ 2.647,00	91	R\$ 29,09
Hospedagem	R\$ 5.520,00	52	R\$ 106,15
Diversão e Lazer	R\$ 6.410,00	81	R\$ 79,14
<b>Total</b>	<b>R\$ 21.842,00</b>	<b>397</b>	<b>R\$ 256,37</b>

### Cidadão / Turistas / Excursionistas

**Tabela 21:** Principal motivo para vir a Rua 44 e sua adjacências?

	Respondentes	%
Fazer compras para uso próprio	525	58,3%
Comprar presentes	205	22,8%
Fazer compras para revender	122	13,5%
Passear (não fará compras)	17	1,9%



Fazer compras em geral.	3	0,3%
Não responderam	29	3,2%
<b>Total</b>	<b>901</b>	<b>100%</b>

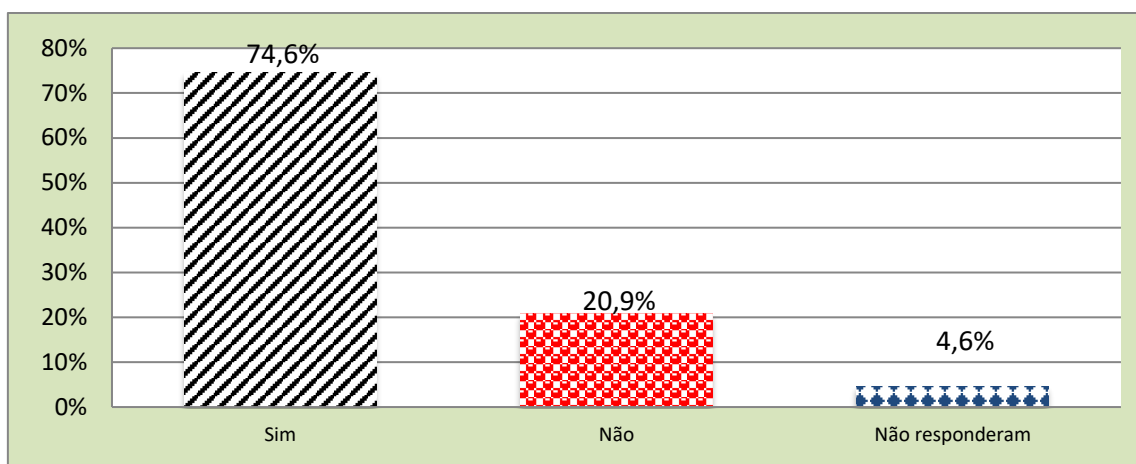
**Tabela 22:** Quanto pretende gastar com compras nas lojas da Rua 44?

	Respondentes	%
Até 150	58	14,7%
Mais de 150 até 300	133	33,8%
Mais de 300 até 450	56	14,2%
Mais de 450 até 600	37	9,4%
Mais de 600 até 750	5	1,3%
Mais de 750 até 900	13	3,3%
Mais de 900 até 1050	20	5,1%
Mais de 1050 até 1200	3	0,8%
Mais de 1200 até 1350	2	0,5%
Mais de 1350 até 1500	6	1,5%
Acima de 1500	27	6,9%
Não pretendem gastar	17	4,3%
Não responderam	17	4,3%
<b>Total</b>	<b>394</b>	<b>100,0%</b>
<b>Média</b>	<b>R\$630,63</b>	

**Tabela 23:** Fez a maior parte de suas compras de final de ano neste local?

	Respondentes	%
Sim	672	74,6%
Não	188	20,9%
Não responderam	41	4,6%
<b>Total</b>	<b>901</b>	<b>100,0%</b>

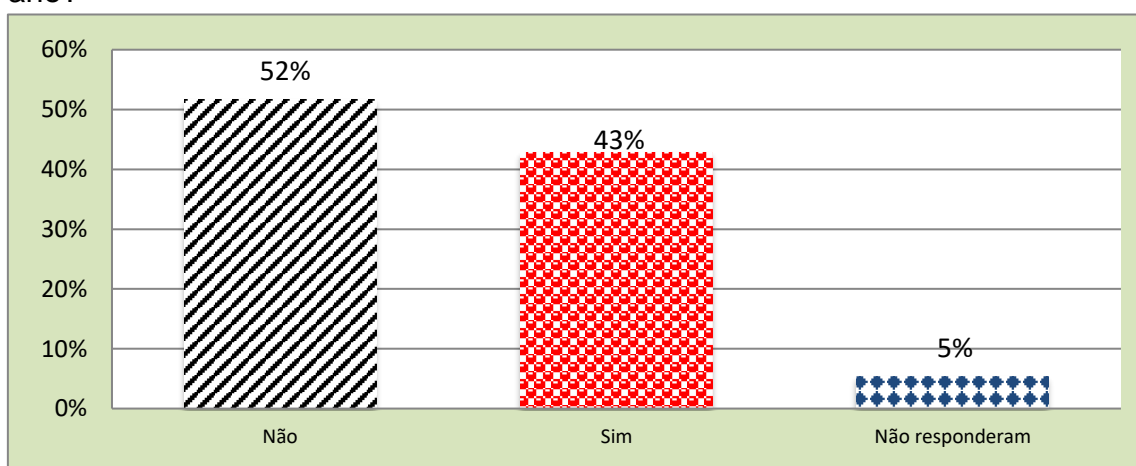
**Gráfico 13:** Fez a maior parte de suas compras de final de ano neste local?



**Tabela 24:** Gastou mais este ano que no último ano com compras de fim de ano?

	Respondentes	%
Não	466	52%
Sim	386	43%
Não responderam	49	5%
<b>Total</b>	<b>901</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 14:** Gastou mais este ano que no último ano com compras de fim de ano?



**Tabela 25:** Com que frequência você faz compras neste local?

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

Raramente	589	65,4%
Uma vez por mês	155	17,2%
Mais de uma vez por mês	44	4,9%
É a primeira vez	41	4,6%
Praticamente toda semana	24	2,7%
Cinco vezes por ano	3	0,3%
Seis vezes por ano	3	0,3%
Dez vezes por ano	2	0,2%
Oito vezes por ano	1	0,1%
Não respondeu	39	4,3%
<b>Total</b>	<b>901</b>	<b>100,0%</b>

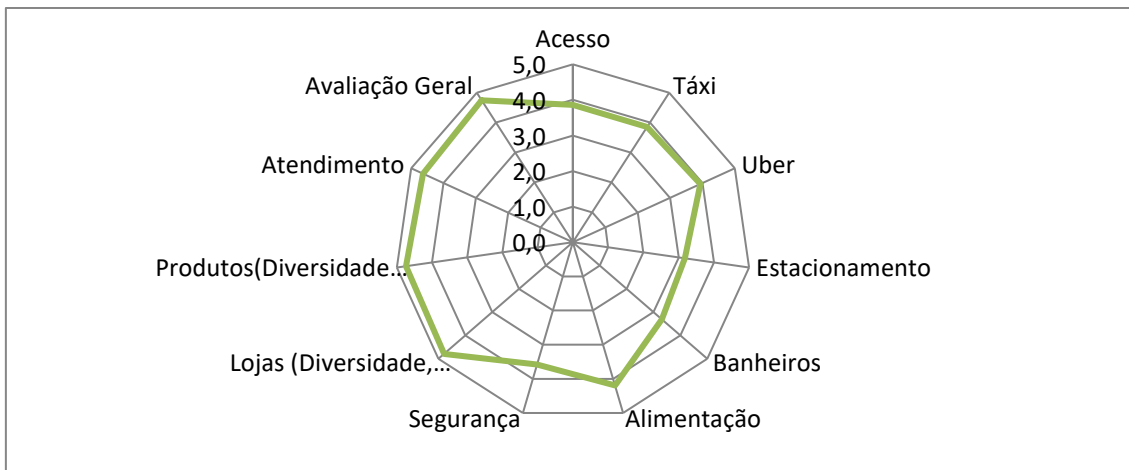
#### Infraestrutura do Local

**Tabela 26:** Avaliação da Rua 44 e adjacências

	Muito Ruim	Ruim	Regular	Bom	Muito Bom	Ótimo	Total Geral
Acesso	5,9%	17,6%	13,8%	26,9%	19,1%	16,7%	3,9
Táxi	6,3%	20,9%	11,4%	24,3%	17,3%	19,7%	3,8
Uber	5,5%	18,1%	13,4%	23,9%	18,7%	20,4%	3,9
Estacionamento	14,6%	19,3%	25,7%	20,4%	14,0%	6,0%	3,2
Banheiros	13,4%	15,6%	24,6%	25,7%	14,8%	6,0%	3,3
Alimentação	3,8%	6,2%	17,5%	29,2%	25,8%	17,4%	4,2
Segurança	13,9%	14,8%	16,7%	23,5%	15,8%	15,3%	3,6
Lojas (Diversidade, qualidade e quantidade)	0,2%	1,1%	5,1%	30,8%	38,4%	24,4%	4,8
Produtos(Diversidade e Qualidade)	0,6%	2,0%	6,4%	29,5%	36,7%	24,7%	4,7
Atendimento	0,5%	2,0%	8,1%	36,5%	28,7%	24,2%	4,6
Avaliação Geral	0,2%	0,8%	5,5%	34,8%	35,4%	23,3%	4,7
<b>Média Geral</b>							<b>4,07</b>

**Obs.** As notas da avaliação variam entre 1 e 6, sendo: (1) Muito Ruim, (2) Ruim, (3) Regular, (4) Bom (5) muito bom (6) ótimo

**Gráfico 15:** Avaliação da Rua 44 e adjacências

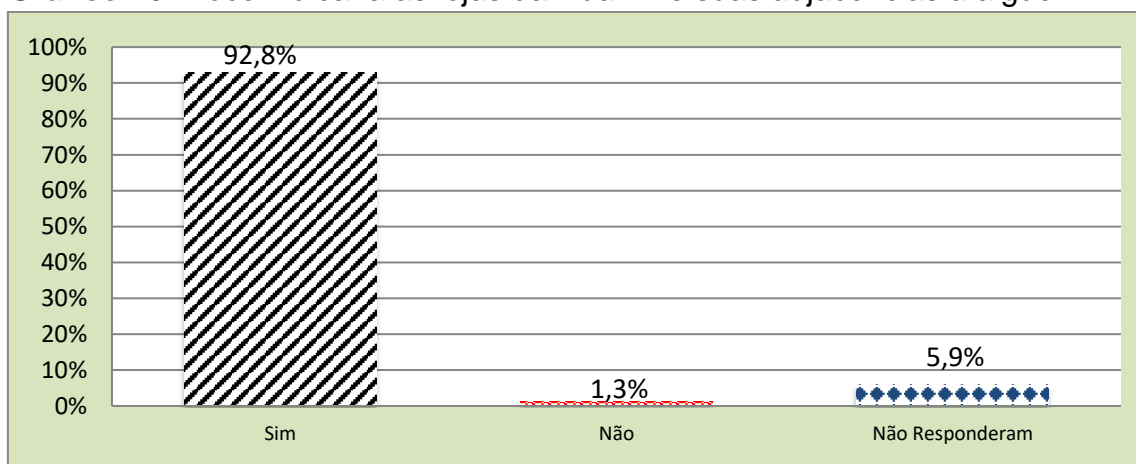


### Expectativas

**Tabela 27:** Você indicaria as lojas da Rua 44 e suas adjacências a alguém?

	Respondentes	%
Sim	836	92,8%
Não	12	1,3%
Não Responderam	53	5,9%
<b>Total</b>	<b>901</b>	<b>100,0%</b>

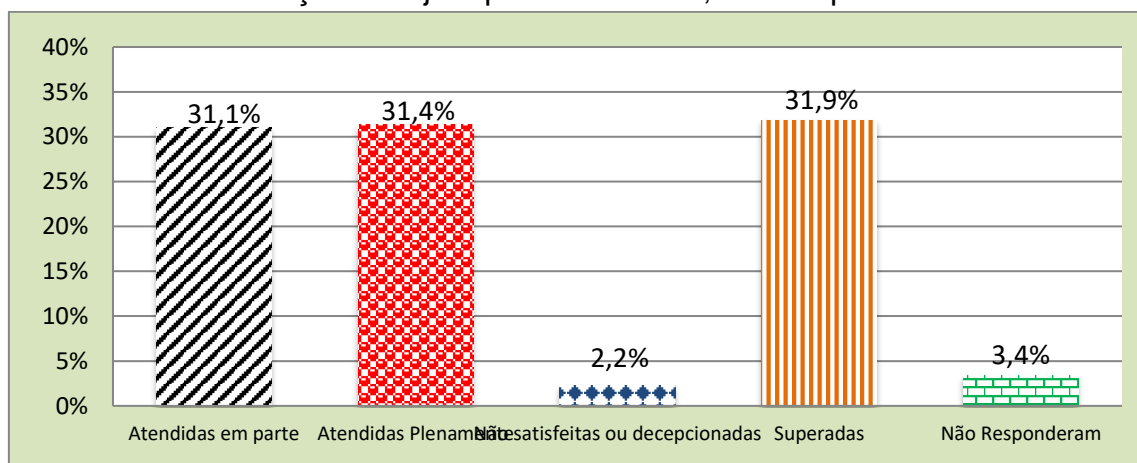
**Gráfico 16:** Você indicaria as lojas da Rua 44 e suas adjacências a alguém?



**Tabela 28:** Em relação as lojas que você visitou, suas expectativas foram?

	Respondentes	%
Atendidas em parte	280	31,1%
Atendidas Plenamente	283	31,4%
Não satisfeitas ou decepcionadas	20	2,2%
Superadas	287	31,9%
Não Responderam	31	3,4%
<b>Total</b>	<b>901</b>	<b>100,0%</b>

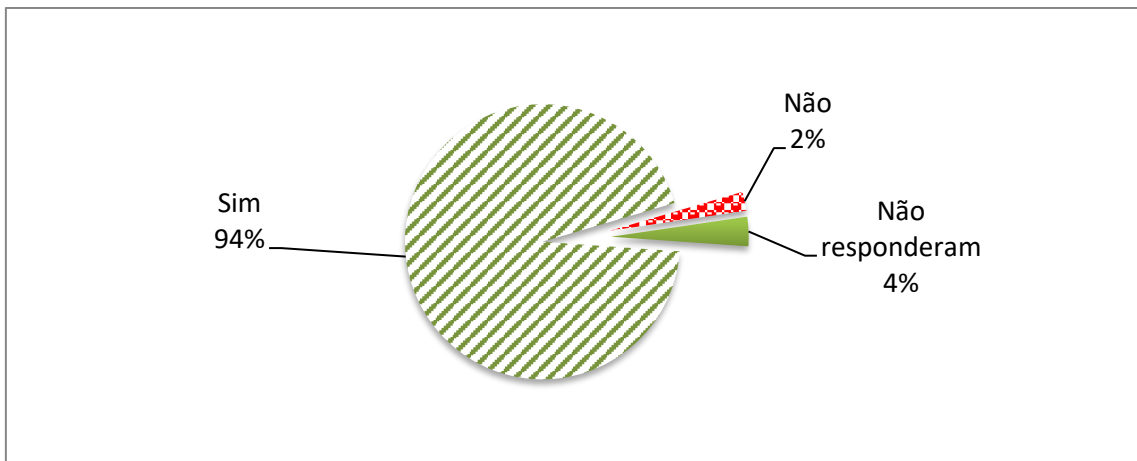
**Gráfico 17:** Em relação às lojas que você visitou, suas expectativas foram?



**Tabela 29:** Você pretende voltar a fazer compras aqui?

	Respondentes	%
Sim	850	94,3%
Não	20	2,2%
Não responderam	31	3,4%
<b>Total</b>	<b>901</b>	<b>100,0%</b>

**Gráfico 18:** Você pretende voltar a fazer compras aqui?



**Tabela 30:** Se não, motivo para não voltar?

	Respondentes	%
Muita roupa da china.	2	3,9%
Não tem área de lazer para descansar das compras, lojas muito apertadas.	1	2,0%
Muitos roubos.	1	2,0%
Muito cheio	1	2,0%
Atendimento, tumulto e poucos bancos para descanso ( Lojas apertadas ).	1	2,0%
Não gosto de muito movimento de pessoas.	1	2,0%
Desempregado.	1	2,0%
Respeito do vendedor e preferencial não existe em vendas e não tem lazer para aguardar os filhos.	1	2,0%
Estacionamento, atendimento e roubo.	1	2,0%
Muito perigoso e abalado.	1	2,0%
Falta de estrutura.	1	2,0%
não faz compras	1	2,0%
Falta segurança.	1	2,0%
Atendimento e poucos estacionamentos.	1	2,0%
Fui roubada, e muito perigoso	1	2,0%

Qualidade dos produtos tem deixando a desejar.	1	2,0%
Acho o preço muito caro	1	2,0%
Atendimento ruim.	1	2,0%
Muito arrastão.	1	2,0%
Não respondera	31	60,8%
<b>Total</b>	<b>51</b>	<b>100,0%</b>