

Pesquisa

**Perfil e Satisfação
dos Participantes do**



TIM MUSIC GOIÁS

**TIM MUSIC
GOIÁS**

**FLUIR
EXPERIÊNCIAS**

RBOT
REDE BRASILEIRA DE OBSERVATÓRIOS DE TURISMO

**OBSERVATÓRIO
DO TURISMO
ESTADO DE GOIÁS**

**GOIÁS
TURISMO**
RETOMADA
Secretaria de
Estado de
Retomada

GOIÁS
GOVERNO DO
O ESTADO QUE DÁ CERTO

GOVERNO ESTADUAL

Ronaldo Ramos Caiado
Governador do Estado de Goiás

Daniel Elias Carvalho Vilela
Vice-Governador

SECRETARIA DE ESTADO DA RETOMADA

César Augusto de Sotkeviciene Moura
Secretário de Estado

Teófilo Alves Neves
Subsecretário do Trabalho e da Renda

Lucyanna Marcella Melo
Chefia de Gabinete

Núbia Lôbo Morais
Chefe de Comunicação Setorial

Raíssa Alves Rodrigues
Superintendente do Mais Empregos

Cristiano Gomes de Araújo
Superintendente de Gestão Integrada

Leandra Adriano de Assis
Superintendente da Retomada do Trabalho do Emprego e da Renda

Priscilla Norgann de Sousa Paranhos
Superintendente de Equipamentos Públicos

Cleiton Bento Evangelista
Superintendente de Desenvolvimento de Áreas Vulneráveis

Diego Junio de Moura
Superintendente do Espaço Oscar Niemeyer

Rogério Ribeiro Soares
Procurador Setorial

Suellen Mara de Lima Couto
Chefe do Escritório de Projetos Setorial

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

Blenda Domingos Bittencourt (Turismo/Pesquisadora)
Carlos Henrique Pereira de Freitas (Economia/Analista de dados/Pesquisador)
Giovanna Adriana Tavares Gomes (Turismo/Pesquisadora)
José Ricardo Borrás (Apoio/Tabulação de dados)
Lucas Souza de Oliveira (Design Gráfico)
Maria Aparecida Alves do Carmo (Apoio/Tabulação de dados)
Paulo Sérgio Cardoso Pereira (Apoio/Tabulação de dados)
Reginaldo Soares de Azevedo (Museólogo/Pesquisador)
Rene Cezarini (Apoio/Tabulação de dados)
Waldedy Maria de Paula (Jornalismo)

Pesquisadores

Caio Batista Ferreira Vieira
Diego Carneiro Oliveira
Viviane Pereira Mota
Felipe Augusto Nunes Mello

Capa e Infográfico

Lucas Souza de Oliveira

Relatório Técnico Estatístico

Diego Carneiro Oliveira
Giovanna Adriana Tavares Gomes

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, Administração, Economia, Jornalismo, Design, Estatística e Museologia. 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/>).

1.2 TIM MUSIC GOIÁS

O evento aconteceu na Cidade de Goiânia nos dias 08 e 09 de junho de 2024, no Centro Cultural Oscar Niemeyer. O evento Tim Music Goiás, foi a primeira edição do maior festival de música gratuita no Brasil trazendo como destaques artistas goianos.

2 METODOLOGIA

2.1 Descrição da Pesquisa

Visando conhecer e identificar o perfil do público participante, bem como seu grau de satisfação o Observatório do Turismo do Estado de Goiás, realizou pesquisa nos dias 08 e 09 de junho de 2024 com os participantes do evento. Os formulários foram aplicados utilizando-se o formato impresso com perguntas

abertas e fechadas. Para a Tabulação dos formulários 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 200 participantes do evento.

3 DESTAQUES DA PESQUISA

- Foram entrevistados 200 participantes do evento.
- 50,50% dos respondentes são do gênero masculino e 49,50% feminino.
- Idade média dos respondentes é de 36,3 anos.
- A renda média individual dos respondentes foi de R\$ 6.269,09
- 88,50% dos respondentes eram de Goiânia.
- 68,00% dos respondentes estavam em grupos familiares.
- A nota média dos serviços utilizados na cidade de Goiânia foi de 4,55 (As notas da avaliação variam entre 1 e 5).
- A nota média do evento foi de 4,74 (As notas da avaliação variam entre 1 e 5).
- 100,00% dos respondentes recomendariam o evento a um amigo ou familiar.

4 RESULTADOS DAS ENTREVISTAS COM TURISTAS E TURISTAS CIDADÃOS (COMUNIDADE LOCAL)

Perfil do Entrevistado

Tabela 1: País de origem.

	Respondentes	%
Brasil	200	100,00%
Total	200	100,00%

Tabela 2: Estado de origem.

	Respondentes	%
Goiás	193	96,50%
Distrito Federal	5	2,50%
São Paulo	1	0,50%
Rio Grande do Sul	1	0,50%
Total	200	100,00%

Tabela 3: Cidades de origem.

	Respondentes	%
Goiânia	177	88,50%
Aparecida de Goiânia	8	4,00%
Brasília	5	2,50%
Senador Canedo	2	1,00%
Cidade de Goiás	2	1,00%
Inhumas	2	1,00%
Trindade	1	0,50%
Anápolis	1	0,50%
Porto Alegre	1	0,50%
São Paulo	1	0,50%
Total	200	100,00%

Tabela 4: Gênero.

	Respondentes	%
Masculino	101	50,50%
Feminino	99	49,50%
Total	200	100,00%

Gráfico 1: Gênero.

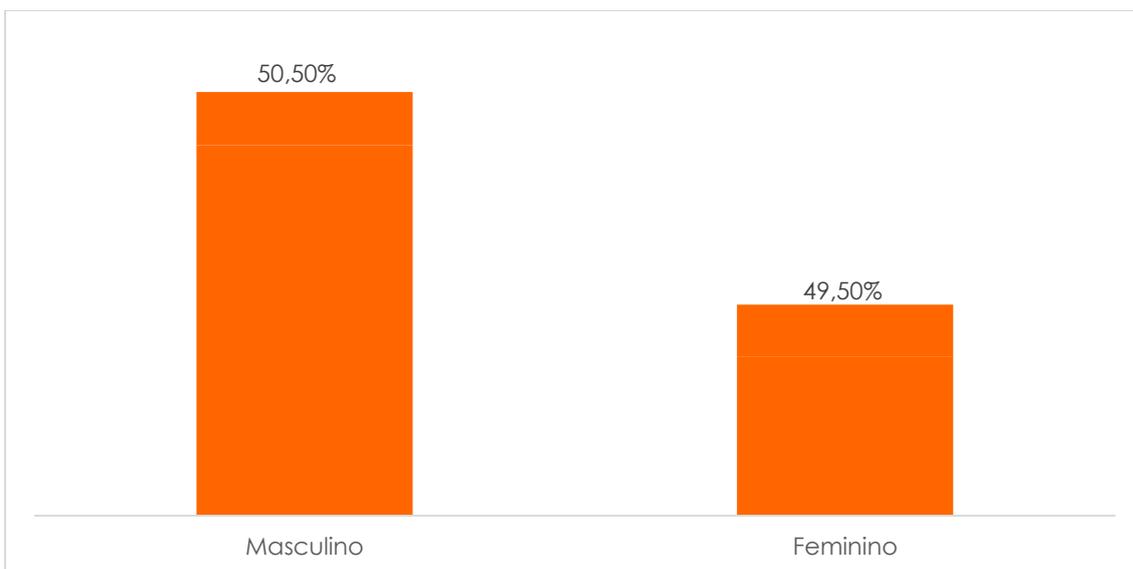


Tabela 5: Faixa etária.

	Respondentes	%
Até 20 anos	23	11,50%
De 21 a 30 anos	82	41,00%
De 31 a 40 anos	60	30,00%
De 41 a 50 anos	22	11,00%
Mais de 51 anos	4	2,00%
Não responderam	9	4,50%
Total	200	100,00%
Média	36,3 anos	

Gráfico 2: Faixa etária.

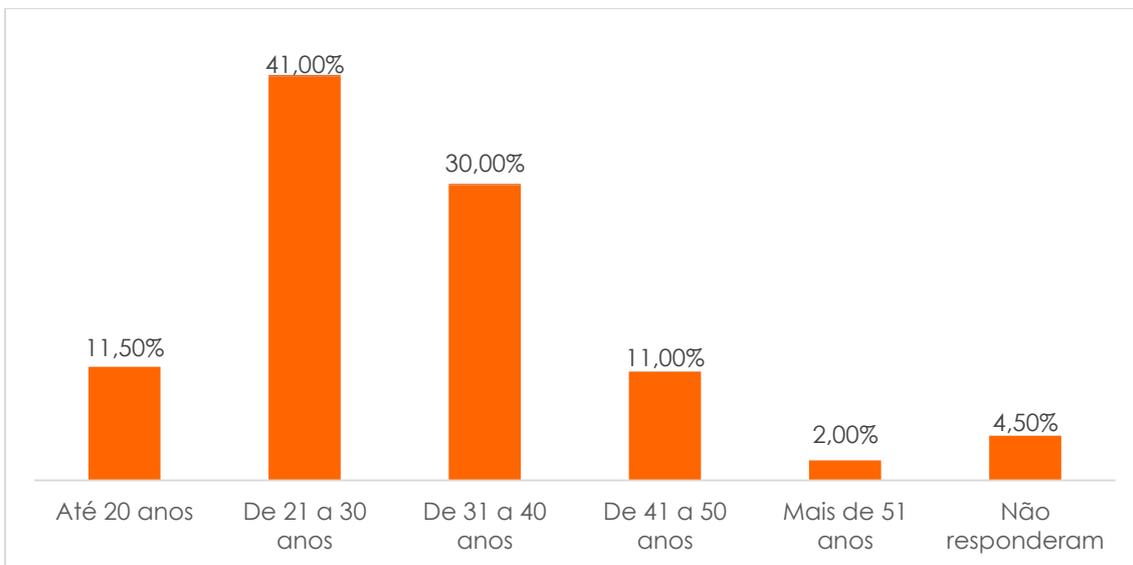


Tabela 6: Escolaridade.

	Respondentes	%
Graduação Completa	109	54,50%
Ensino Médio	75	37,50%
Pós Graduação	14	7,00%
Mestrado	1	0,50%
Não responderam	1	0,50%
Total	200	100,00%

Gráfico 3: Escolaridade.

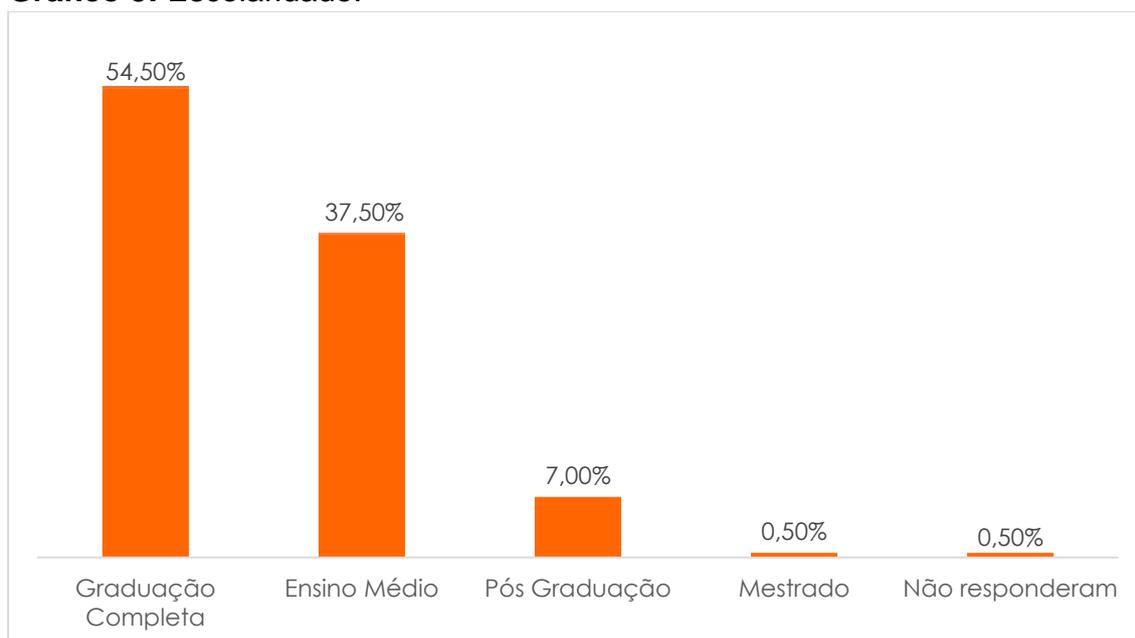


Tabela 7: Renda mensal individual.

	Respondentes	%
Até 2 salários mínimos	64	32,00%
De 2 a 4 salários mínimos	45	22,50%
De 4 a 6 salários mínimos	9	4,50%
De 6 a 8 salários mínimos	3	1,50%
Mais de 8 salários mínimos	6	3,00%
Não responderam	73	36,50%
Total	200	100,00%
Média	R\$ 6.269,09	

Gráfico 4: Renda mensal individual.

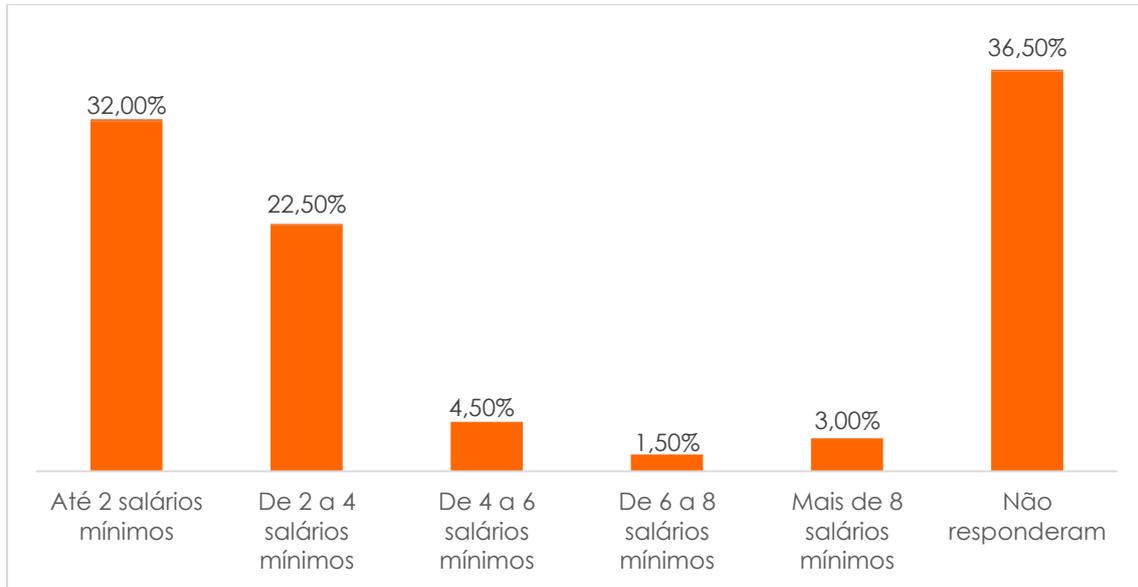


Tabela 8: Meio ou forma de divulgação que os respondentes souberam do evento.

	Respondentes	%
Redes Sociais	105	52,50%
Amigos e parentes	76	38,00%
Convidado do evento	8	4,00%
Trabalho	5	2,50%
Programas de TV	5	2,50%
Material Gráfico promocional	1	0,50%
Total	200	100,00%

Gráfico 5: Meio ou forma de divulgação que os respondentes souberam do evento.

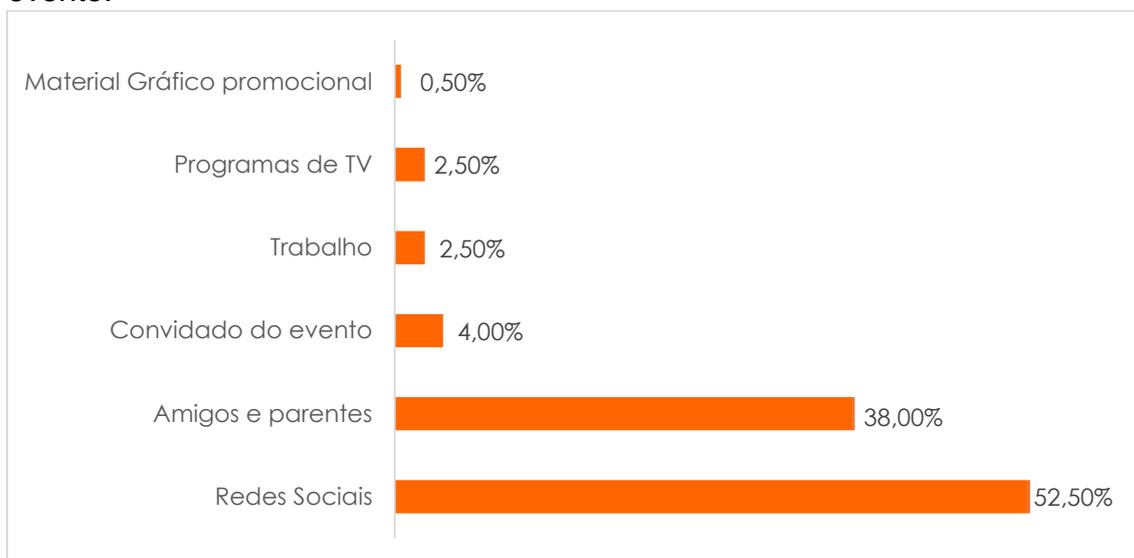


Tabela 9: Meio de Transporte utilizado para chegar ao evento.

	Respondentes	%
Uber/99 pop	108	54,00%
Automóvel próprio	67	33,50%
Carona	10	5,00%
Ônibus	4	2,00%
Transporte Público	3	1,50%
Ônibus	3	1,50%
A pé	1	0,50%
Moto	1	0,50%
Não responderam	3	1,50%
Total	200	100,00%

Gráfico 6: Meio de Transporte utilizado para chegar ao evento.

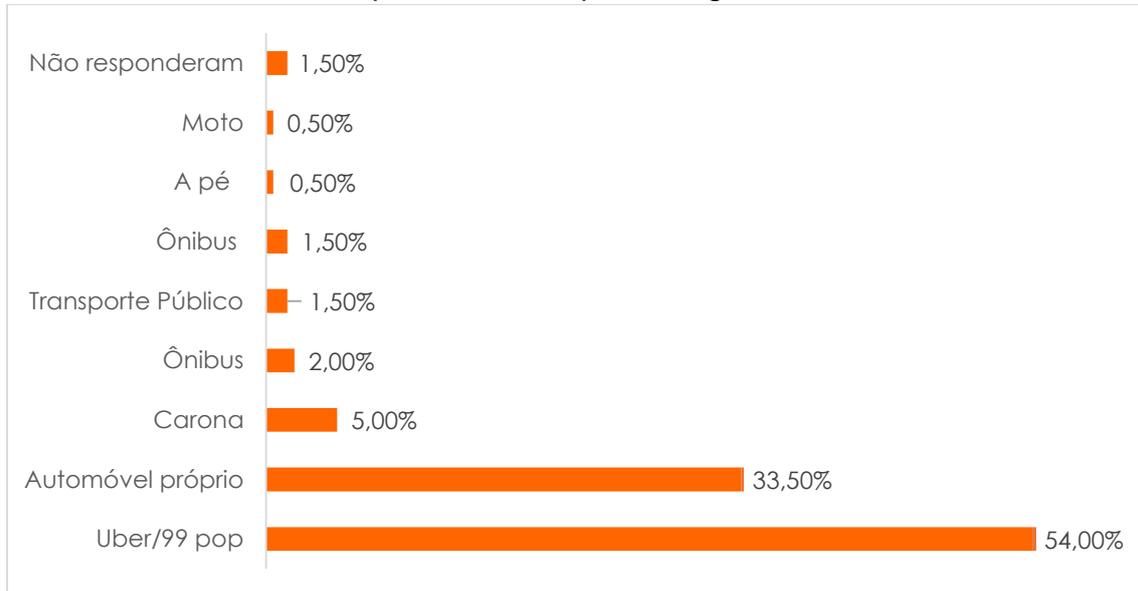


Tabela 10: Característica do grupo.

	Respondentes	%
Grupo de amigos	136	68,00%
Grupo Familiar	27	13,50%
Casal	21	10,50%
Sozinho	13	6,50%
Não responderam	3	1,50%
Total	200	100,00%

Gráfico 7: Característica do grupo.

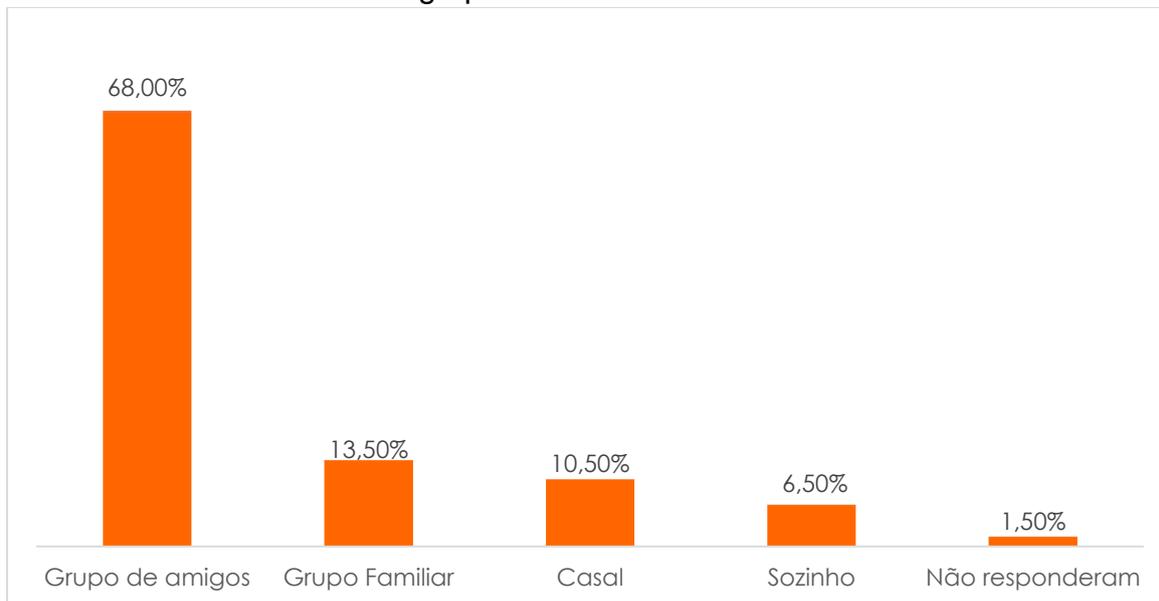


Tabela 11: Operadora de telefonia social.

	Respondentes	%
Claro	76	38,00%
Tim	74	37,00%
Vivo	44	22,00%
Não responderam	6	3,00%
Total	200	100,00%

Gráfico 8: Operadora de telefonia social.

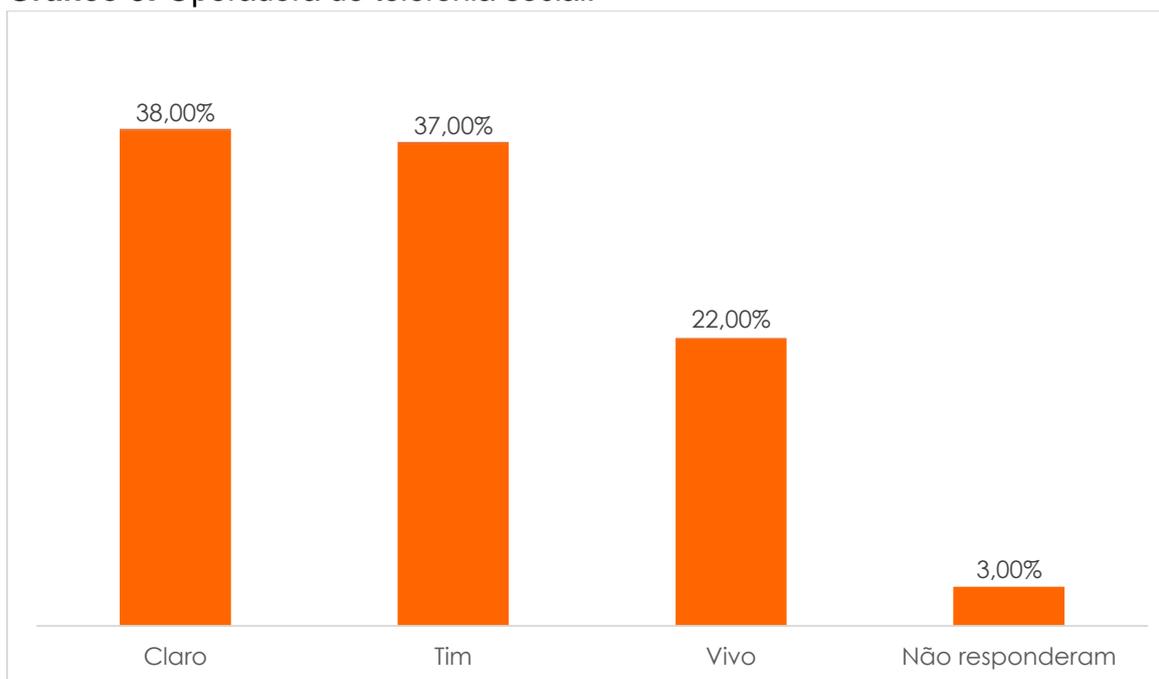


Tabela 12: Meios de hospedagem que os respondentes pernoveram.

	Respondentes	Total
Não se aplica/Morador	180	90,00%
Casa de amigos e parentes	5	2,50%
Bate Volta	1	0,50%
Hotel	1	0,50%
Não responderam	13	6,50%
Total	200	100,00%

Gráfico 9: Meios de hospedagem que os respondentes pernoveram.

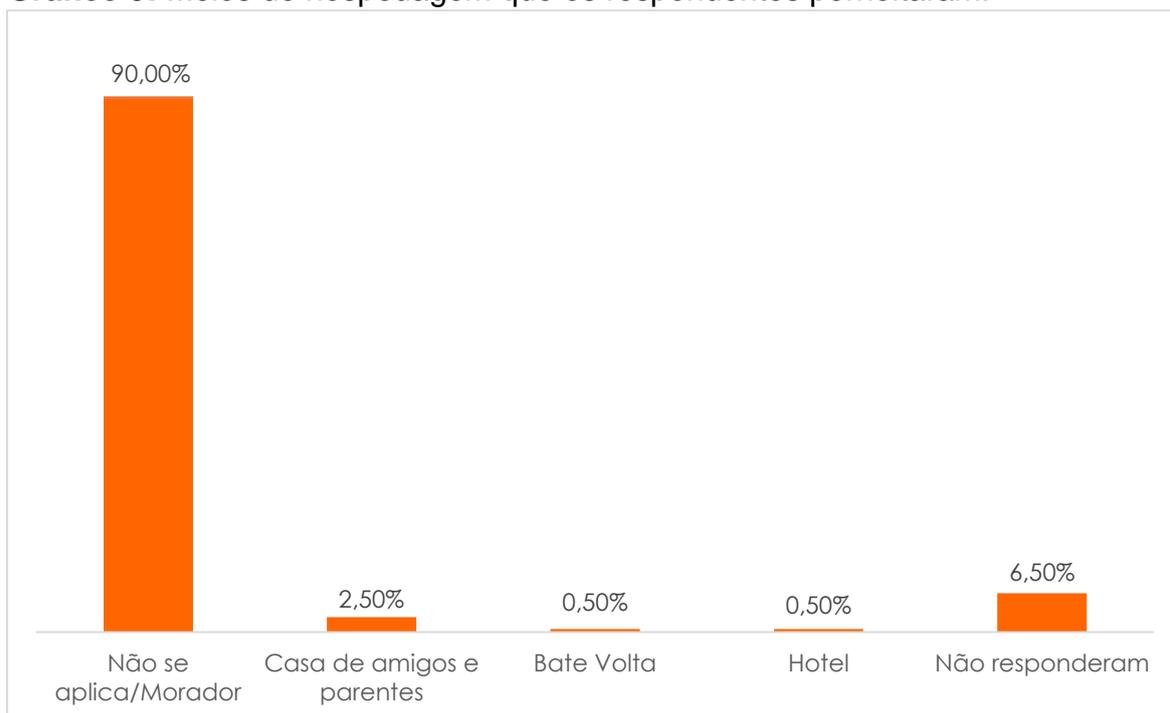


Tabela 13: Número de pernoveres.

	Respondentes	%
2 pernoveres	3	1,50%
3 pernoveres	1	0,50%
4 pernoveres	2	1,00%
Não se aplica/Morador	179	89,50%
Não responderam	15	7,50%
Total	200	100,00%

Gráfico 10: Número de pernoites.

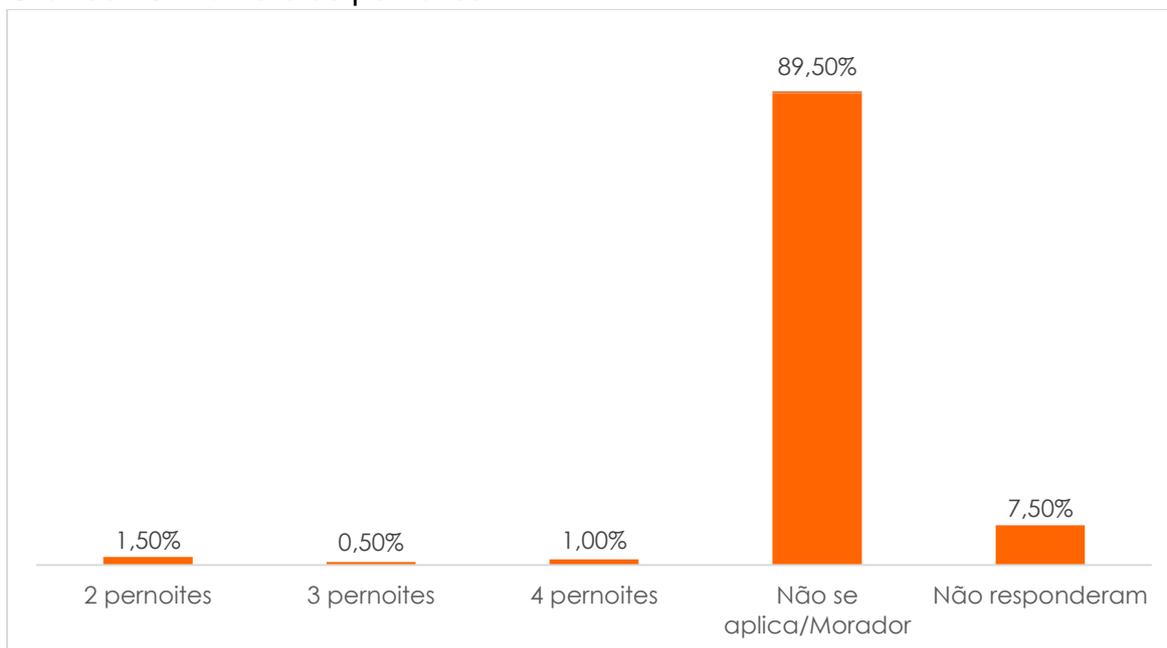


Tabela 14: Previsão de gastos individuais para estadia em Goiânia.

	Média
Hospedagem	R\$ 300,00
Alimentação	R\$ 800,00
Atrativos	R\$ 100,00
Transporte	R\$ -
Compras / souvenirs	R\$ 200,00
Outros gastos / detalhamento	R\$ -
Média de gastos	R\$ 233,33

Tabela 15: Avaliação dos serviços utilizados na Cidade de Goiânia para turistas.

	Péssimo	Ruim	Regular	Bom	Ótimo	Total
Serviço de Táxi	0,00%	0,00%	9,09%	9,09%	81,82%	4,73
Serviço de Uber ou 99 Pop	0,00%	0,00%	6,67%	0,00%	93,33%	4,87
Serviço de transporte público	0,00%	6,67%	26,67%	6,67%	60,00%	4,20
Restaurantes e bares	0,00%	0,00%	20,00%	40,00%	40,00%	4,20
Hospedagem	0,00%	0,00%	0,00%	20,00%	80,00%	4,80
Internet (Rede Móvel / acesso)	0,00%	0,00%	6,25%	37,50%	56,25%	4,50
Média						4,55

Sendo Péssimo /1, Ruim /2, Razoável / 3, Bom / 4 e Ótimo /5.

Gráfico 11: Avaliação dos serviços utilizados na Cidade de Goiânia para turistas.

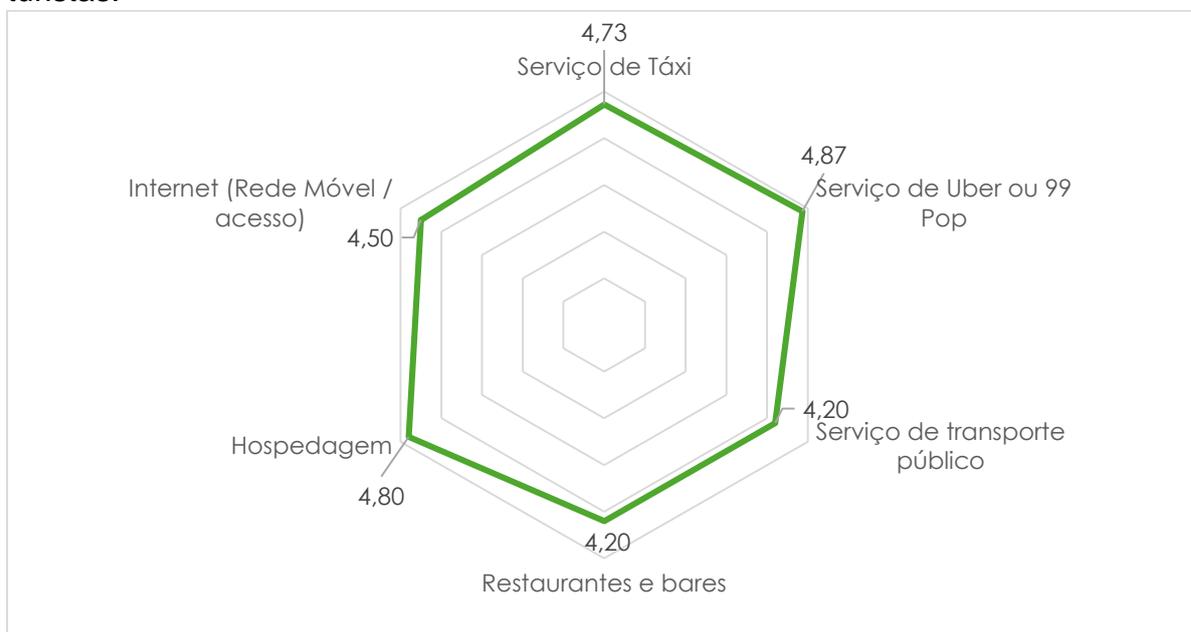
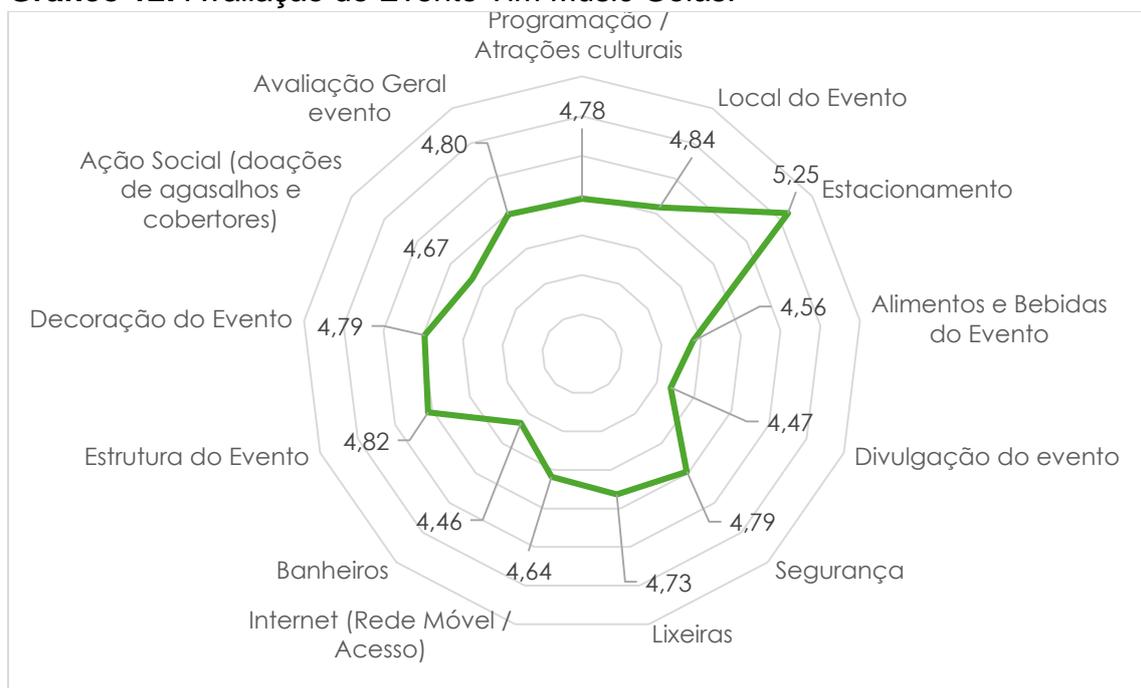


Tabela 16: Avaliação do Evento Tim Music Goiás.

	Péssimo	Ruim	Razoável	Bom	Ótimo	Total
Programação / Atrações culturais	0,00%	0,00%	4,52%	12,56%	82,91%	4,78
Local do Evento	0,50%	1,00%	1,50%	8,50%	88,50%	4,84
Estacionamento	12,00%	4,00%	10,86%	7,43%	88,57%	5,25
Alimentos e Bebidas do Evento	0,52%	2,62%	6,81%	20,42%	69,63%	4,56
Divulgação do evento	2,04%	3,06%	9,69%	15,82%	69,39%	4,47
Segurança	1,00%	0,50%	1,50%	12,50%	84,50%	4,79
Lixeiras	0,00%	0,51%	5,05%	15,66%	78,79%	4,73
Internet (Rede Móvel / Acesso)	0,00%	2,05%	5,64%	18,97%	73,33%	4,64
Banheiros	0,54%	2,72%	13,04%	17,39%	66,30%	4,46
Estrutura do Evento	0,51%	0,00%	1,52%	12,63%	85,35%	4,82
Decoração do Evento	0,51%	0,51%	1,01%	15,15%	82,83%	4,79
Ação Social (doações de agasalhos e cobertores)	0,53%	0,00%	6,84%	17,37%	75,26%	4,67
Avaliação Geral evento	0,00%	0,00%	1,00%	18,50%	80,50%	4,80
Média						4,74

Sendo Péssimo /1, Ruim /2, Razoável / 3, Bom / 4 e Ótimo /5.

Gráfico 12: Avaliação do Evento Tim Music Goiás.



Sendo Péssimo /1, Ruim /2, Razoável / 3, Bom / 4 e Ótimo /5.

Tabela 17: Você recomendaria a outras pessoas a participação neste vento.

	Respondentes	%
Sim	200	100,00%
Total	200	100,00%

Tabela 18: Neste evento, suas expectativas foram:

	Respondentes	%
Atendidas Plenamente	97	48,50%
Superadas	96	48,00%
Atendidas em Parte	6	3,00%
Não satisfeita ou decepcionadas	1	0,50%
Total	200	100,00%

Tabela 19: Sugestão ou críticas sobre o evento.

	Respondentes	%
Evento muito bom	120	60,00%
Não responderam	56	28,00%
Melhorar o estacionamento e muito caro	6	3,00%
Melhorar a divulgação.	2	1,00%
Ótimas atrações	2	1,00%
Mais lixeiras	2	1,00%
Melhorar os banheiros	2	1,00%
Trocar as atrações	1	0,50%
Permitir a entrada de alimentos	1	0,50%

Instrumento de Pesquisa

TIM MUSIC
GOIÁS

FLUIR
GOIÁS

RBOT

SECRETARIA
DE CULTURA
GOIÁS

GOIÁS

GOIÁS

Pesquisa de Perfil e Satisfação dos participantes do TIM MUSIC GOIÁS

Pesquisador: _____

Data: ___ / 06 / 2024.

1. Gênero: () Masculino () Feminino
2. Idade: _____
3. País: () Brasil () Outro: _____
4. Estado de residência: () GO () DF. Outro: _____
5. Município: () Goiânia () Aparecida de Goiânia
() Brasília () Anápolis () Outro: _____
6. Qual é a sua escolaridade?
() Ensino Médio () Ensino Superior () Pós-Graduação
() Outra: _____
7. Renda individual mensal? _____
8. Como ficou sabendo do Evento?
() Amigos e parentes () Programas de Tv
() Material Gráfico promocional () Rádio
() WhatsApp () Redes Sociais
() Outros: _____
9. Meio Transporte utilizado para chegar ao evento?
() Automóvel próprio () Táxi () Uber/99 Pop
() Carona () Outros: _____

10. Característica do Grupo?
() Sozinho () Grupo de amigos () Grupo Familiar
() Casal () Colegas de trabalho () Outros: _____
11. Qual a sua operadora de telefonia atual?
() Claro () Tim () Vivo () Nenhuma
() Não sei / Não Lembro () Outras: _____
12. Se for turista, onde está hospedado(a)?
() Hotel () Airbnb () Casa de amigos e parentes
() Outros: _____
13. Número de pemoites: _____
14. Detalhamento da previsão de gastos individuais em sua estadia em Goiânia:

Hospedagem	R\$
Alimentação	R\$
Atrativos	R\$
Transporte	R\$
Compras / souvenirs	R\$
Outros gastos / detalhamento	R\$
Total de gastos	R\$

15. Avaliação dos serviços utilizados na Cidade de Goiânia: (Somente Turista)

	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo	Não se aplica
1. Serviço de Táxi	5	4	3	2	1	0
2. Serviço de Uber ou 99Pop	5	4	3	2	1	0
3. Serviço de transporte público	5	4	3	2	1	0
4. Restaurantes e bares	5	4	3	2	1	0
5. Hospedagem	5	4	3	2	1	0
6. Internet (Rede Móvel / acesso)	5	4	3	2	1	0

16. Avaliação do Evento TIM MUSICA GOIÁS:

	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo	Não se aplica
1. Programação / Atrações culturais	5	4	3	2	1	0
2. Local do Evento	5	4	3	2	1	0
3. Estacionamento	5	4	3	2	1	0
4. Alimentos e Bebidas no Evento	5	4	3	2	1	0
5. Divulgação do Evento	5	4	3	2	1	0
7. Segurança	5	4	3	2	1	0
8. Uxeiras	5	4	3	2	1	0
9. Internet (Rede Móvel / Acesso)	5	4	3	2	1	0
10. Banheiros	5	4	3	2	1	0
11. Estrutura do Evento	5	4	3	2	1	0
12. Decoração do Evento	5	4	3	2	1	0
13. Ação Social (doação de agasalhos e cobertores) etc.	5	4	3	2	1	0
14. Avaliação Geral do Evento	5	4	3	2	1	0

17. Você indicaria a outras pessoas a participação neste evento? () Sim () Não

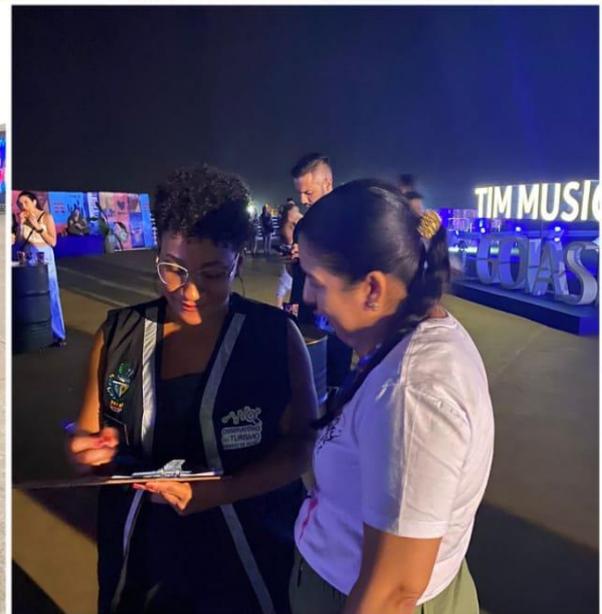
18. Se não, justifique sua resposta: _____

19. Neste evento, suas expectativas foram:

() Superadas () Atendidas Plenamente () Atendidas em Parte () Não satisfeita ou decepcionadas

20. Seus comentários são muito importantes para sugerir melhorias em relação ao evento. Você tem alguma sugestão ou crítica adicional?

Fotos





50,5% dos respondentes são do gênero masculino e 49,5% feminino;

Idade média dos respondentes é de 36,3 anos;



A renda média dos respondentes é de R\$ 6.269,09;

88,50% dos respondentes eram de Goiânia;



52,5% dos respondentes ficaram sabendo do evento por meio das redes sociais;

68% dos respondentes estavam em grupos familiares;



100% dos respondentes recomendariam o evento a amigo ou familiar;

A nota média dos serviços utilizados em Goiânia foi de **4,55***;



A nota média do evento foi de **4,74***.

**As notas de avaliação variam entre 1 e 5.*