

PESQUISA

PERFIL E SATISFAÇÃO
DO PARTICIPANTE DO

TOTUS
TUUS

Marial
2025

GOVERNO ESTADUAL

Ronaldo Ramos Caiado
Governador do Estado de Goiás

Daniel Elias Carvalho Vilela
Vice-Governador

AGÊNCIA ESTADUAL DE TURISMO – GOIÁS TURISMO

Roberto Naves
Presidente

Giovanna Adriana Tavares Gomes
Coordenadora do Observatório do Turismo do Estado de Goiás

Equipe de Apoio Técnico por Área

Amanda Alves Borges – Turismo / Analista de Dados / Pesquisadora
Blenda Domingues Bittencourt – Turismo / Pesquisadora
Carlos Henrique Pereira de Freitas – Economia / Analista de dados/Pesquisador
Diego Carneiro Oliveira – Turismo / Analista de Dados / Pesquisador
Giovanna Adriana Tavares Gomes - Turismo / Gestora / Pesquisadora
José Carlos Paim Pamplona – Estágio / Ciência da Computação
José Ricardo Borrás – Apoio / Tabulação de dados / Pesquisador
Lucas Souza de Oliveira - Design Gráfico
Maria Aparecida Alves do Carmo – Apoio / Tabulação de dados / Pesquisadora
Polliana Alves da Silva - Turismo/Pesquisadora Voluntária
Rafael de Araújo Rosa - Estatístico Voluntário
Reginaldo Soares de Azevedo (Museólogo/Tabulação de Dados/Pesquisador
Valquíria Vital Machado – Turismo / Pesquisadora Voluntária
Waldedy Maria de Paula – Jornalismo / Pesquisadora

Pesquisadores

Amanda Alves Borges
Adilair Rosa Lopes Pires
Carlos Magno Amaral dos Santos
Consuelo Inez de Miranda
Polliana Alves da Silva
Lindalva Maria Costa
Maria Nadir de Oliveira Alves
Reginaldo Soares de Azevedo
Valquíria Vital Machado

Capa e Infográfico

Lucas Souza de Oliveira

Relatório Técnico Estatístico

Carlos Henrique Pereira de Freitas
Diego Carneiro Oliveira
Giovanna Adriana Tavares Gomes
José Carlos Paim Pamplona

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 TOTUS TUUS MARIAE 2025 - GOIÂNIA

Em 2025, o Totus Tuus Mariae celebrou sua 10ª edição, se marcou como o maior evento mariano da Arquidiocese de Goiânia, no dia 31 de maio, no Estádio Serra Dourada. Pela primeira vez no Brasil, o evento contou com a presença da imagem peregrina de Nossa Senhora das Graças, trazida diretamente da Capela da Medalha Milagrosa, em Paris, tornando esta celebração ainda mais histórica e significativa para milhares de fiéis que se reuniu em um dia de fé, devoção e louvor à Virgem Maria.

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 no dia 31 de maio de 2025, 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 230 participantes do evento.

3 DESTAQUES DA PESQUISA

- Foram entrevistados 230 participantes do evento;
- 67,39% dos respondentes são do gênero feminino e 32,61% masculino;
- Idade média dos respondentes é de 41 anos;
- A renda média dos respondentes é de R\$ 3.799,41;
- 60,87% dos respondentes eram de Goiânia;
- 46,96% dos respondentes souberam do evento por meio da sua Paróquia;
- 87,74% dos respondentes visitaram o evento de 1 a 5 vezes;
- 30,43% dos respondentes estavam em grupos de 1 a 20 pessoas;
- A média de gastos em Goiânia foi de R\$ 107,95;
- 99,57% dos respondentes recomendam o evento;
- A nota média do evento foi de 4,57 (As notas da avaliação variam entre 1 e 5).

4 RESULTADOS DAS ENTREVISTAS

Perfil do Entrevistado

Tabela 1: País de origem.

| | Respondentes | % |
|--------------|--------------|----------------|
| Brasil | 230 | 100,00% |
| Total | 230 | 100,00% |

Tabela 2: Estado de Origem.

| | Respondentes | % |
|-------------------|--------------|----------------|
| Goiás | 213 | 92,61% |
| Distrito Federal | 5 | 2,17% |
| Mato Grosso | 3 | 1,30% |
| São Paulo | 2 | 0,87% |
| Rondônia | 1 | 0,43% |
| Rio Grande do Sul | 1 | 0,43% |
| Pará | 1 | 0,43% |
| Bahia | 1 | 0,43% |
| Minas Gerais | 1 | 0,43% |
| Não responderam | 2 | 0,87% |
| Total | 230 | 100,00% |

Tabela 3: Cidade de origem.

| | Respondentes | % |
|----------------------|--------------|--------|
| Goiânia | 140 | 60,87% |
| Aparecida de Goiânia | 11 | 4,78% |
| Trindade | 10 | 4,35% |
| Anápolis | 8 | 3,48% |
| Brasília | 5 | 2,17% |
| Silvânia | 3 | 1,30% |
| Edéia | 3 | 1,30% |
| Quirinópolis | 2 | 0,87% |
| Senador Canedo | 2 | 0,87% |
| Nerópolis | 2 | 0,87% |
| Bela Vista de Goiás | 2 | 0,87% |
| Caçu | 2 | 0,87% |
| Goiatuba | 2 | 0,87% |
| Vianópolis | 2 | 0,87% |
| Edealina | 1 | 0,43% |
| Rubiataba | 1 | 0,43% |
| Porto Alegre | 1 | 0,43% |
| Goianésia | 1 | 0,43% |

| | | |
|--------------------|------------|----------------|
| Cuiabá | 1 | 0,43% |
| Aparecida | 1 | 0,43% |
| Orizona | 1 | 0,43% |
| Belo Horizonte | 1 | 0,43% |
| Rio Verde | 1 | 0,43% |
| Guapó | 1 | 0,43% |
| Serra Dourada | 1 | 0,43% |
| Campinópolis | 1 | 0,43% |
| Nazário | 1 | 0,43% |
| Aragoiânia | 1 | 0,43% |
| Niquelândia | 1 | 0,43% |
| Goianira | 1 | 0,43% |
| Pontalina | 1 | 0,43% |
| Cezarina | 1 | 0,43% |
| Barretos | 1 | 0,43% |
| Jataí | 1 | 0,43% |
| Rondon do Pará | 1 | 0,43% |
| Jussara | 1 | 0,43% |
| Formosa | 1 | 0,43% |
| Luziânia | 1 | 0,43% |
| Goianópolis | 1 | 0,43% |
| Mineiros | 1 | 0,43% |
| Iaciara | 1 | 0,43% |
| Barra do Garças | 1 | 0,43% |
| Indiara | 1 | 0,43% |
| Palmeiras de Goiás | 1 | 0,43% |
| Inhumas | 1 | 0,43% |
| Ipameri | 1 | 0,43% |
| Não responderam | 4 | 1,74% |
| Total | 230 | 100,00% |

Tabela 4: Gênero.

| | Respondentes | % |
|--------------|--------------|----------------|
| Feminino | 155 | 67,39% |
| Masculino | 75 | 32,61% |
| Total | 230 | 100,00% |

Gráfico 1: Gênero.

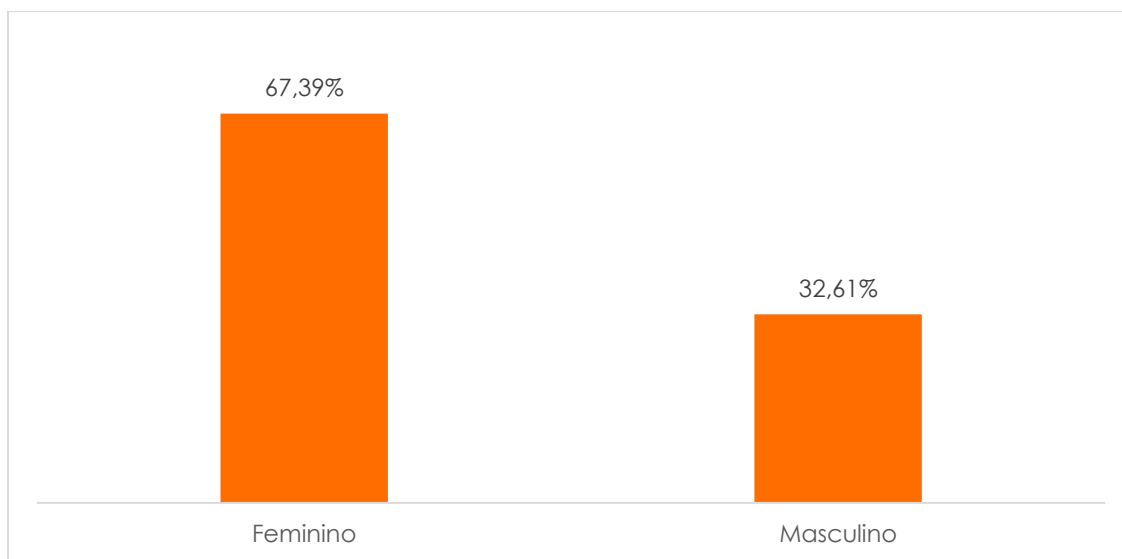


Tabela 5: Faixa etária.

| | Respondentes | % |
|-----------------|----------------|----------------|
| Até 20 anos | 20 | 8,70% |
| De 21 a 30 anos | 45 | 19,57% |
| De 31 a 40 anos | 53 | 23,04% |
| De 41 a 50 anos | 51 | 22,17% |
| De 51 a 60 anos | 31 | 13,48% |
| Mais de 60 anos | 30 | 13,04% |
| Total | 230 | 100,00% |
| Média | 41 anos | |

Gráfico 2: Faixa etária.

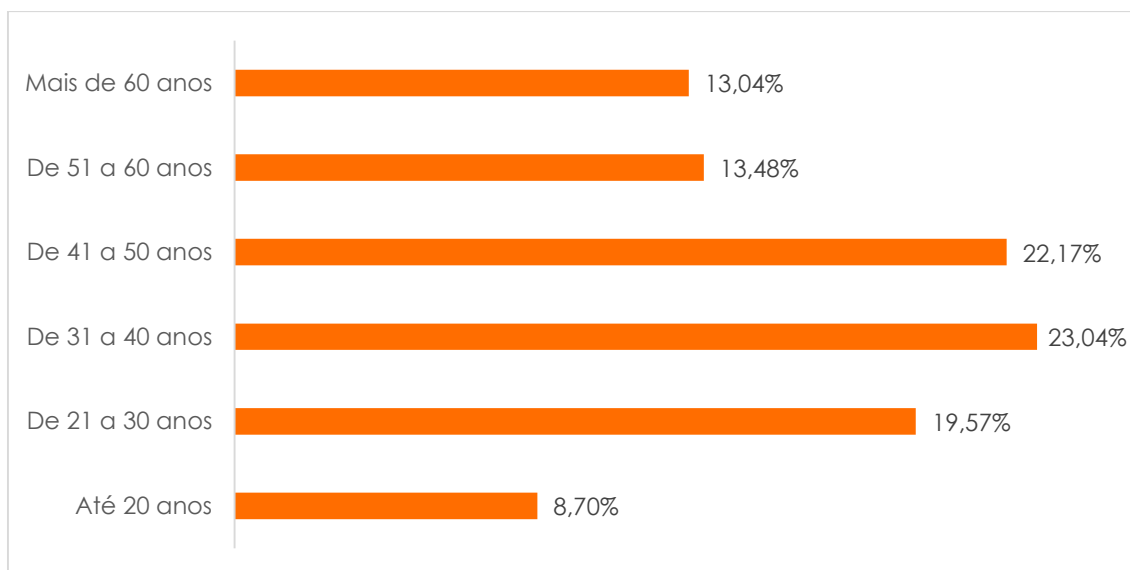


Tabela 6: Escolaridade.

| | Respondentes | % |
|--------------------|--------------|----------------|
| Ensino Fundamental | 12 | 5,22% |
| Ensino Médio | 91 | 39,57% |
| Ensino Técnico | 10 | 4,35% |
| Ensino Superior | 96 | 41,74% |
| Pós Graduação | 19 | 8,26% |
| Mestrado | 2 | 0,87% |
| Total | 230 | 100,00% |

Gráfico 3: Escolaridade.

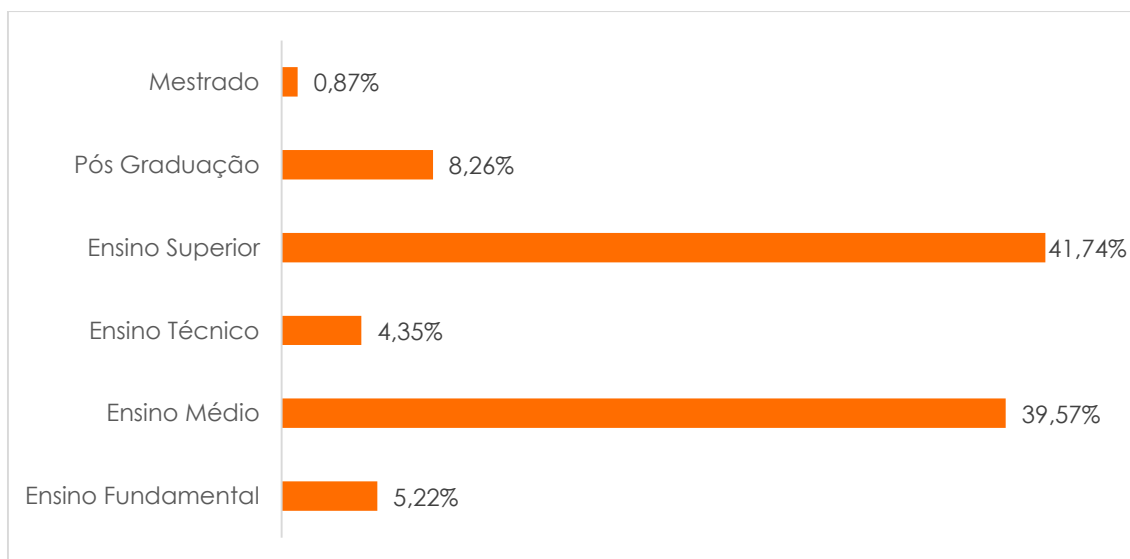


Tabela 7: Renda média individual.

| | Respondentes | % |
|----------------------------|---------------------|----------------|
| Até 2 salários mínimos | 114 | 49,57% |
| De 2 a 4 salários mínimos | 50 | 21,74% |
| De 4 a 6 salários mínimos | 9 | 3,91% |
| De 6 a 8 salários mínimos | 6 | 2,61% |
| Mais de 8 salários mínimos | 8 | 3,48% |
| Não responderam | 43 | 18,70% |
| Total | 230 | 100,00% |
| Média | R\$ 3.799,41 | |

Gráfico 4: Renda média individual.

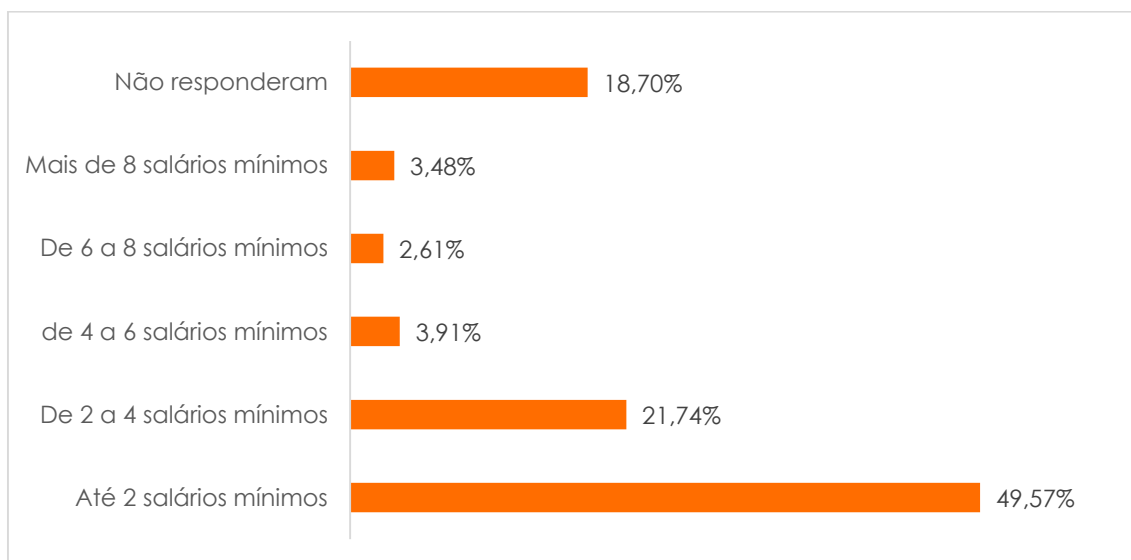


Tabela 8: Estado civil.

| | Respondentes | % |
|---------------|--------------|----------------|
| Casado(a) | 94 | 40,87% |
| Solteiro(a) | 94 | 40,87% |
| Divorciado(a) | 23 | 10,00% |
| Viúvo(a) | 11 | 4,78% |
| União Estável | 8 | 3,48% |
| Total | 230 | 100,00% |

Gráfico 5: Estado civil.

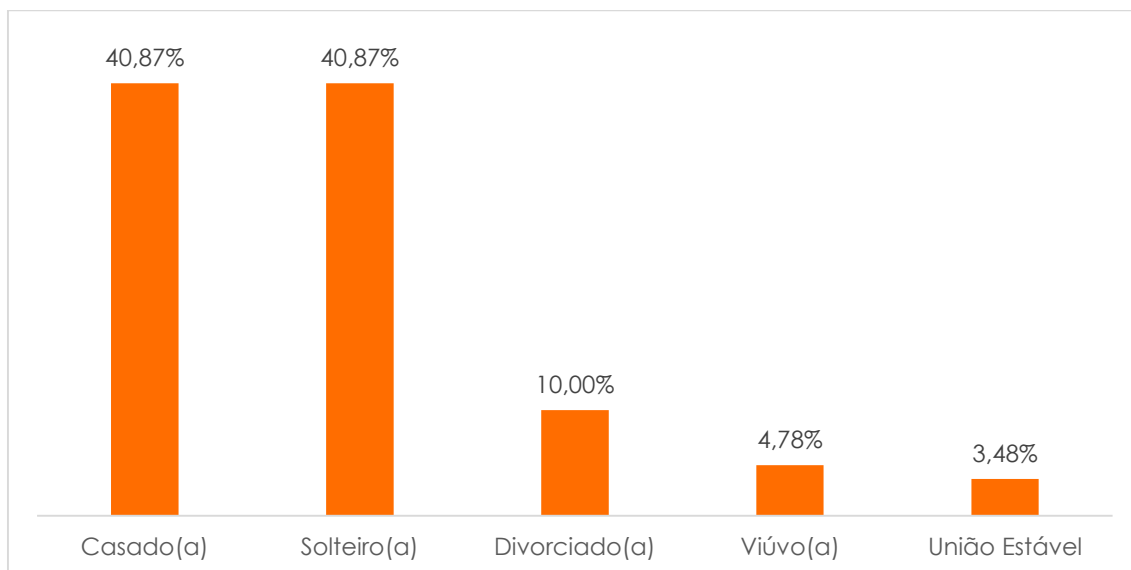
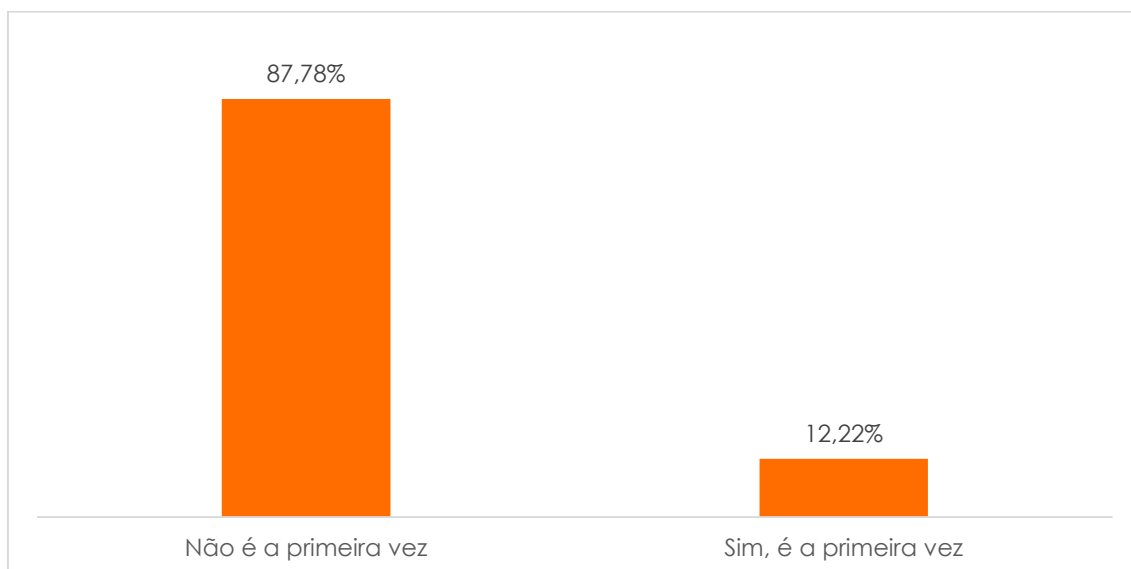


Tabela 9: Proporção de entrevistados que visitaram Goiânia pela primeira vez.

| | Respondentes | % |
|-----------------------|--------------|----------------|
| Não é a primeira vez | 79 | 87,78% |
| Sim, é a primeira vez | 11 | 12,22% |
| Total | 90 | 100,00% |

***Observação:** 140 dos respondentes são moradores/turista cidadão.

Gráfico 6: Proporção de entrevistados que visitaram Goiânia pela primeira vez.



***Observação:** 140 dos respondentes são moradores/turista cidadão.

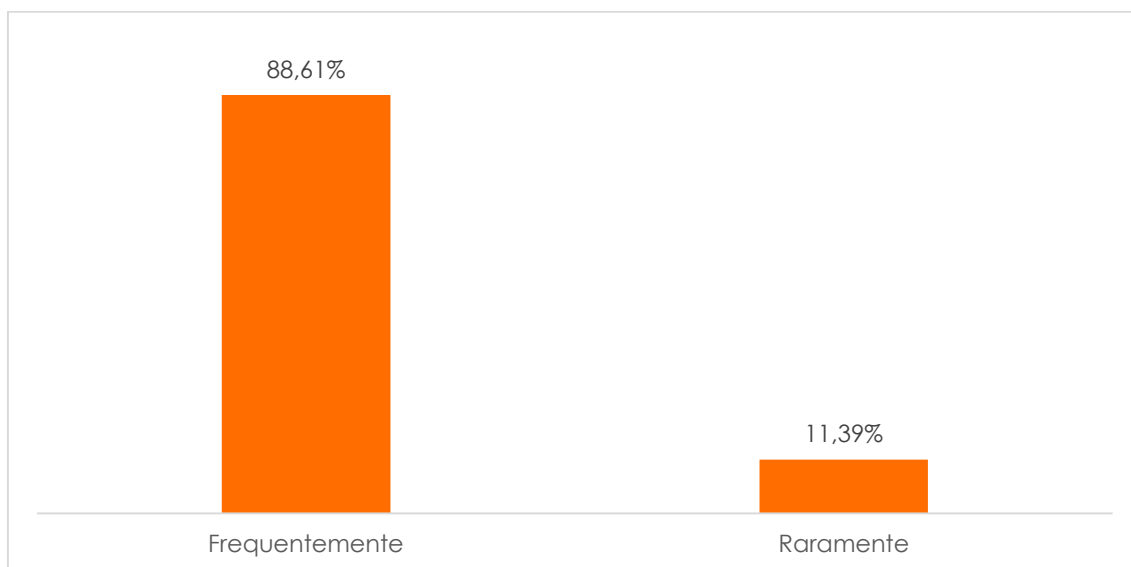
Tabela 10: Se não, quantas vezes?

| | Respondentes | % |
|----------------|--------------|----------------|
| Frequentemente | 70 | 88,61% |
| Raramente | 9 | 11,39% |
| Total | 79 | 100,00% |

***Observação:** 140 dos respondentes são moradores/turista cidadão e 11 visitaram Goiânia pela primeira vez.

***Observação:** Raramente/até 5 vezes, frequentemente/mais de 5 vezes.

Gráfico 7: Se não, quantas vezes?



***Observação:** 140 dos respondentes são moradores/turista cidadão e 11 visitaram Goiânia pela primeira vez.

***Observação:** Raramente/até 5 vezes, frequentemente/mais de 5 vezes.

Tabela 11: Como ficou sabendo do evento Totus Tuus?

| | Respondentes | % |
|-------------------------|--------------|----------------|
| Sua Paróquia | 108 | 46,96% |
| Redes Sociais do evento | 77 | 33,48% |
| Amigos e Parentes | 41 | 17,83% |
| Já conhecia | 4 | 1,74% |
| Total | 230 | 100,00% |

Gráfico 8: Como ficou sabendo do evento Totus Tuus?

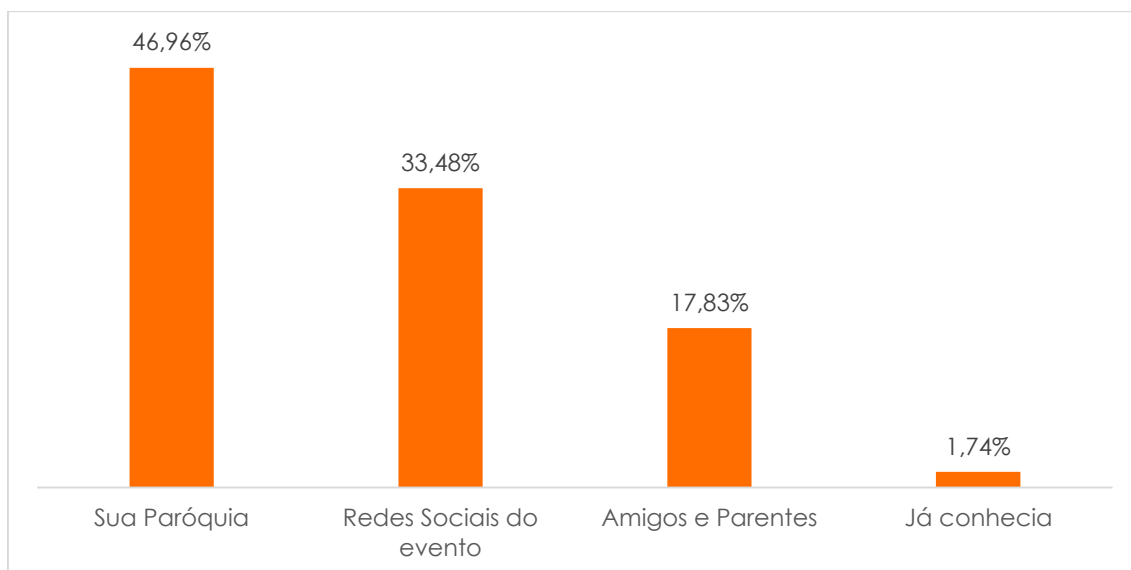


Tabela 12: Primeira vez no evento Totus Tuus?

| | Respondentes | % |
|--------------|--------------|----------------|
| Sim | 124 | 53,91% |
| Não | 106 | 46,09% |
| Total | 230 | 100,00% |

Gráfico 9: Primeira vez no evento Totus Tuus?

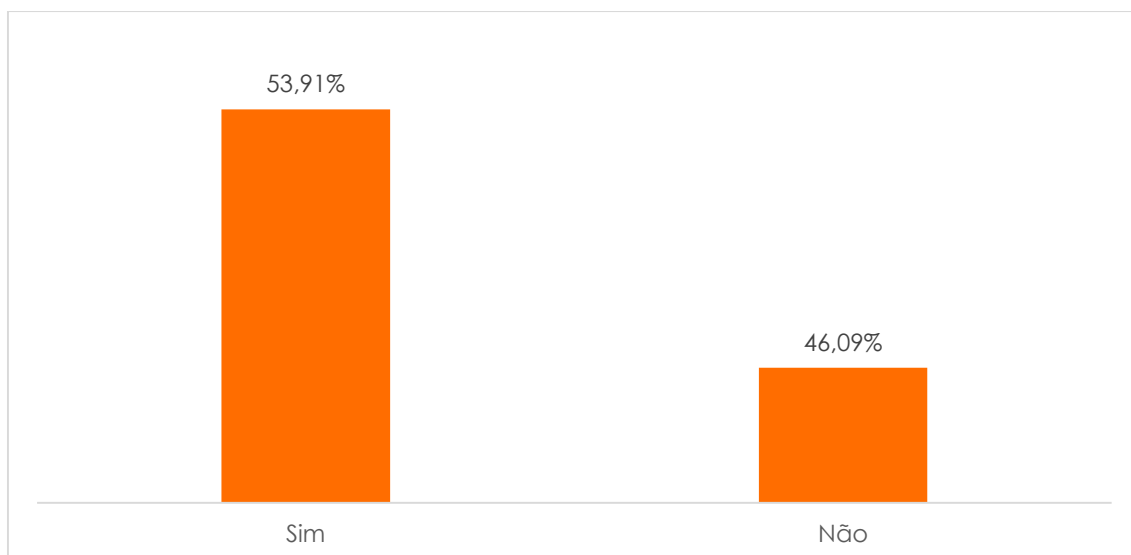
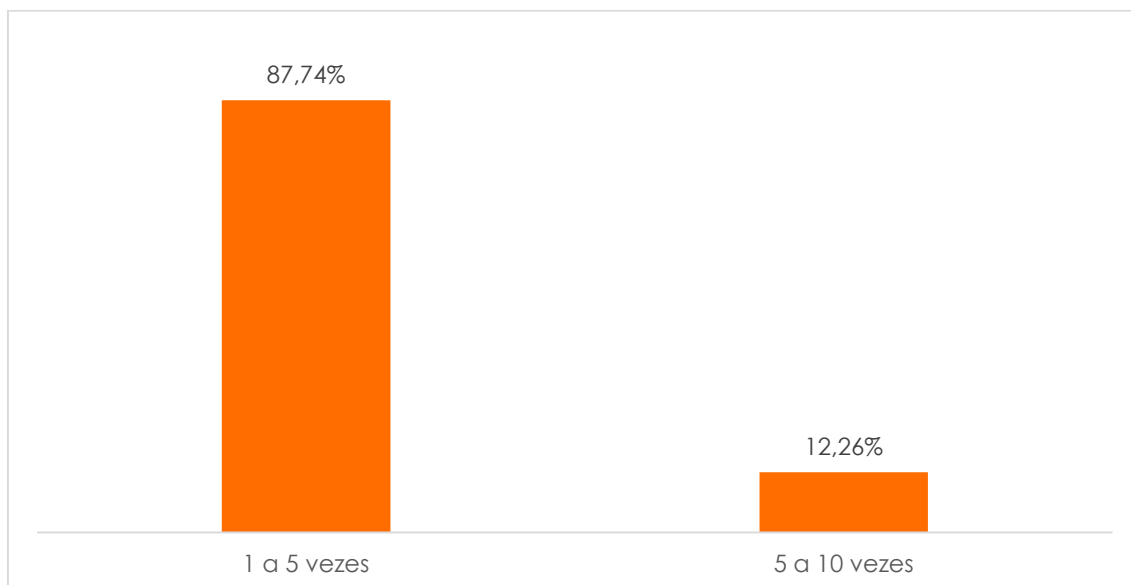


Tabela 13: Se não, quantas vezes visitou o evento Totus Tuus?

| | Respondentes | % |
|--------------|----------------|----------------|
| 1 a 5 vezes | 93 | 87,74% |
| 5 a 10 vezes | 13 | 12,26% |
| Total | 106 | 100,00% |
| Média | 3 vezes | |

***Observação:** 124 dos respondentes participaram do evento pela primeira vez.

Gráfico 10: Se não, quantas vezes visitou o evento Totus Tuus?



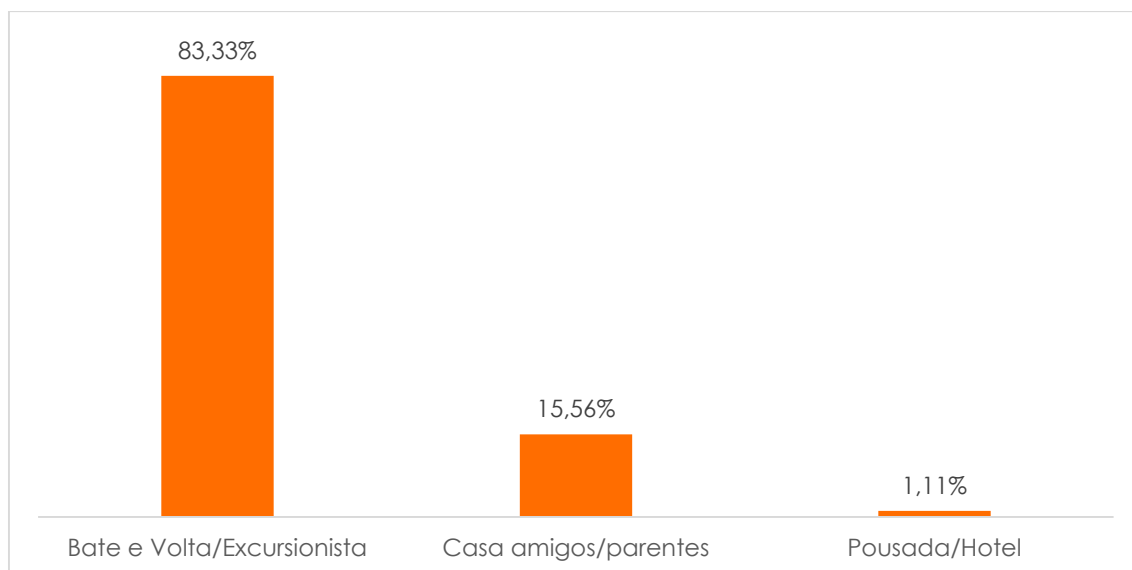
***Observação:** 124 dos respondentes participaram do evento pela primeira vez.

Tabela 14: Local onde está hospedado.

| | Respondentes | % |
|----------------------------|--------------|----------------|
| Bate e Volta/Excursionista | 75 | 83,33% |
| Casa amigos/parentes | 14 | 15,56% |
| Pousada/Hotel | 1 | 1,11% |
| Total | 90 | 100,00% |

***Observação:** 140 dos respondentes são moradores/turista cidadão.

Gráfico 11: Local onde está hospedado.



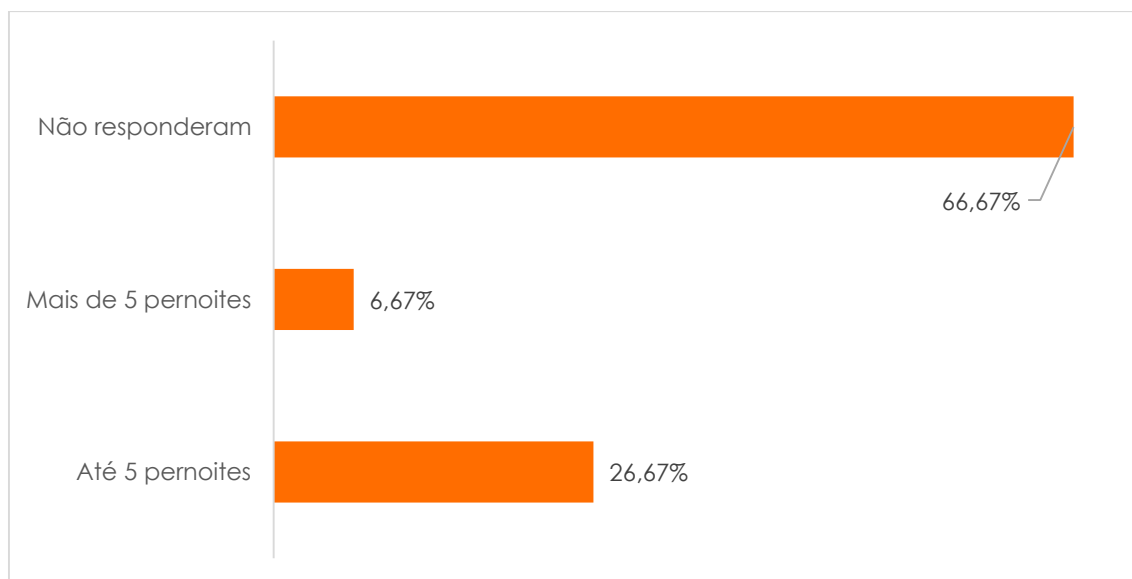
***Observação:** 140 dos respondentes são moradores/turista cidadão.

Tabela 15: Número de pernoites.

| | Respondentes | % |
|---------------------|--------------------|----------------|
| Até 5 pernoites | 4 | 26,67% |
| Mais de 5 pernoites | 1 | 6,67% |
| Não responderam | 10 | 66,67% |
| Total | 15 | 100,00% |
| Média | 2 pernoites | |

***Observação:** 140 dos respondentes eram moradores/turistas cidadão e 75 dos respondentes eram excursionistas/bate e volta.

Gráfico 12: Número de pernoites.



Observação: 140 dos respondentes eram moradores/turista cidadão e 75 dos respondentes eram excursionistas/bate e volta.

Tabela 16: Qual o meio de transporte utilizado para chegar em Goiânia / Evento.

| | Respondentes | % |
|----------------------------|--------------|----------------|
| Veículo próprio | 122 | 53,04% |
| Ônibus Excursão / Caravana | 65 | 28,26% |
| Uber / Táxi | 22 | 9,57% |
| Carona com amigos | 10 | 4,35% |
| Ônibus de linha | 9 | 3,91% |
| Moto | 2 | 0,87% |
| Total | 230 | 100,00% |

Gráfico 13: Qual o meio de transporte utilizado para chegar em Goiânia / Evento.

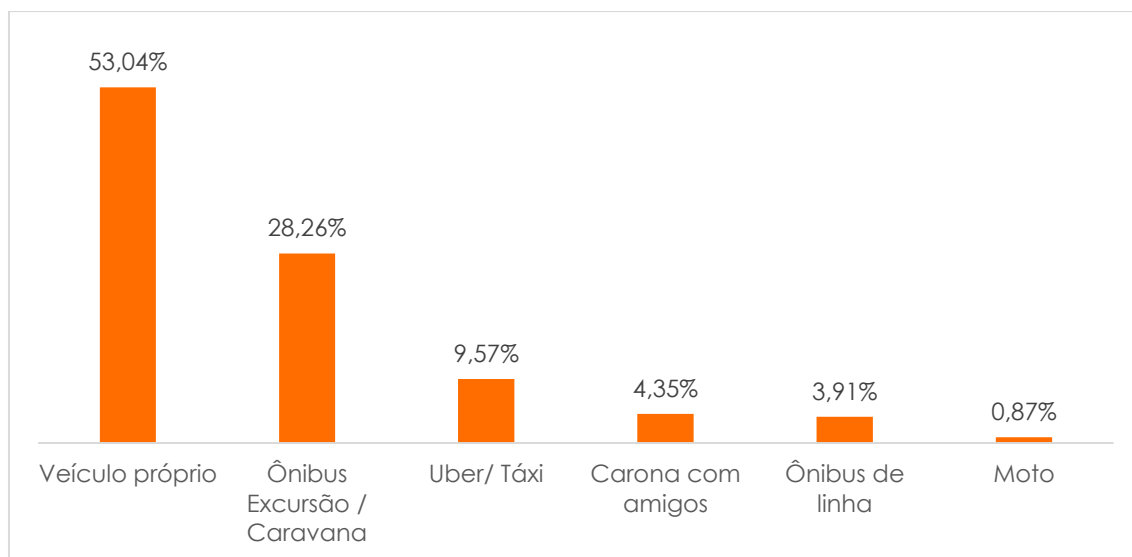


Tabela 17: Característica do grupo.

| | Respondentes | % |
|-----------------|--------------|----------------|
| Familiar | 41 | 17,83% |
| Caravana | 37 | 16,09% |
| Grupo de Amigos | 26 | 11,30% |
| Sozinho | 9 | 3,91% |
| Casal | 9 | 3,91% |
| Não responderam | 108 | 46,96% |
| Total | 230 | 100,00% |

Gráfico 14: Característica do grupo.

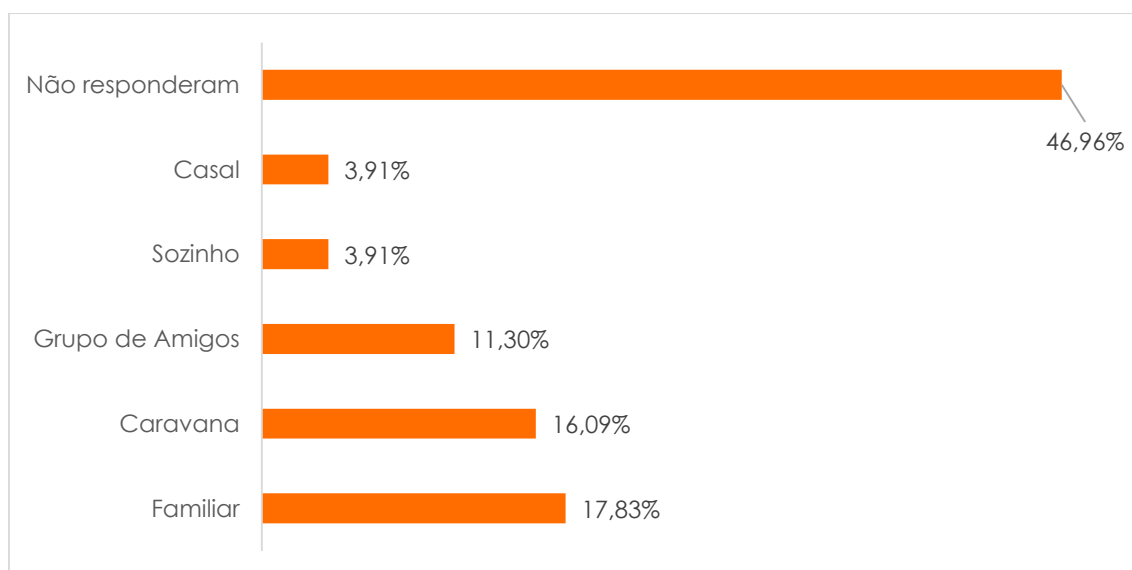


Tabela 18: Tamanho do grupo.

| | Respondentes | % |
|--------------------|--------------|----------------|
| 1 a 20 pessoas | 70 | 30,43% |
| De 20 a 40 pessoas | 2 | 0,87% |
| De 40 a 60 pessoas | 7 | 3,04% |
| Mais de 60 pessoas | 16 | 6,96% |
| Não responderam | 135 | 58,70% |
| Total | 230 | 100,00% |

Gráfico 15: Tamanho do grupo.

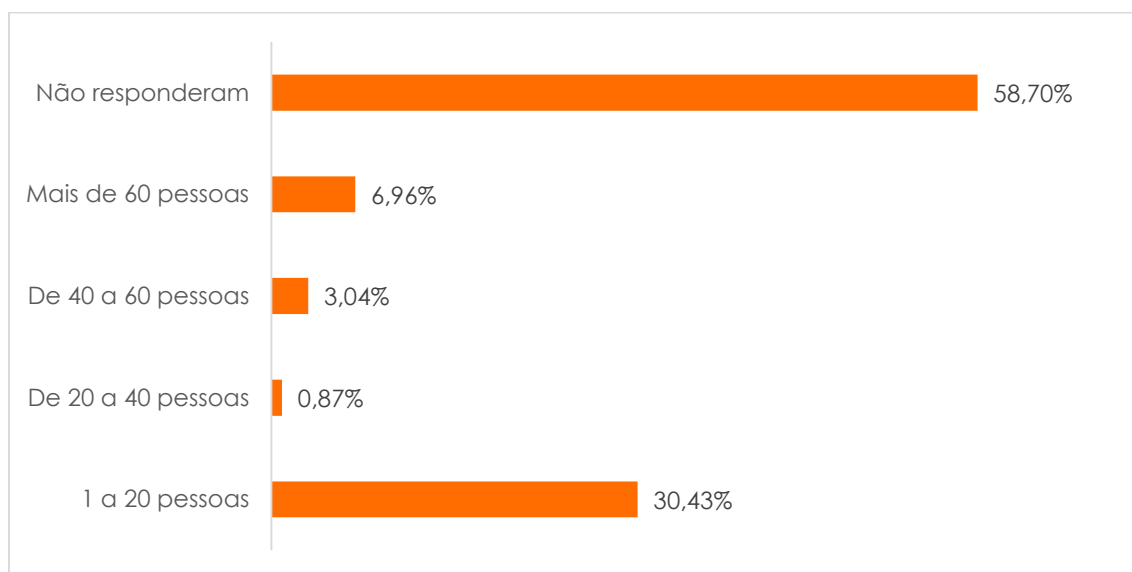


Tabela 19: Média de gastos.

| | Média de gastos |
|------------------------|-------------------|
| Hospedagem | ----- |
| Alimentação | R\$ 137,93 |
| Compras | R\$ 43,40 |
| Atrativos | R\$ 55,56 |
| Transporte/Combustível | R\$ 194,08 |
| Outros gastos | R\$ 87,90 |
| Média total | R\$ 107,95 |

Tabela 20: Avaliação do evento.

| | Péssimo | Ruim | Razoável | Bom | Ótimo | Total |
|------------------------------------|---------|--------|----------|--------|--------|-------------|
| Local do evento | 0,09% | 0,19% | 3,10% | 17,67% | 78,95% | 4,67 |
| Estrutura do evento | 0,10% | 0,00% | 4,62% | 23,51% | 71,77% | 4,57 |
| Data do evento | 0,00% | 0,19% | 1,14% | 24,67% | 74,00% | 4,66 |
| Divulgação | 0,10% | 0,40% | 3,85% | 16,60% | 79,05% | 4,64 |
| Organização das caravanas | 0,42% | 1,25% | 7,52% | 20,88% | 69,94% | 4,39 |
| Preço dos produtos comercializados | 6,07% | 15,66% | 32,88% | 21,92% | 23,48% | 2,85 |
| Praça de alimentação | 2,13% | 8,21% | 18,69% | 29,18% | 41,79% | 3,56 |
| Shows/Músicas | 0,00% | 0,39% | 2,35% | 18,41% | 78,84% | 4,68 |
| Pregações | 0,00% | 0,20% | 1,50% | 13,97% | 84,33% | 4,77 |
| Oração do Terço Mariano | 0,25% | 0,50% | 3,37% | 12,97% | 82,92% | 4,66 |
| Banheiro | 2,39% | 6,76% | 17,32% | 32,68% | 40,85% | 3,59 |
| Segurança | 0,99% | 1,75% | 7,24% | 30,26% | 59,76% | 4,20 |
| Lixeira | 1,43% | 2,62% | 10,34% | 33,29% | 52,32% | 4,00 |
| Acessibilidade/PCD no evento | 2,01% | 4,28% | 13,65% | 43,91% | 36,14% | 3,72 |
| Climatização local do evento | 0,67% | 2,46% | 9,05% | 35,31% | 52,51% | 4,12 |
| Programação do evento | 0,10% | 0,19% | 1,44% | 23,01% | 75,26% | 4,66 |
| Avaliação geral do evento | 0,10% | 0,00% | 2,60% | 24,64% | 72,67% | 4,62 |
| Média | | | | | | 4,57 |

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

Gráfico 16: Avaliação do evento.

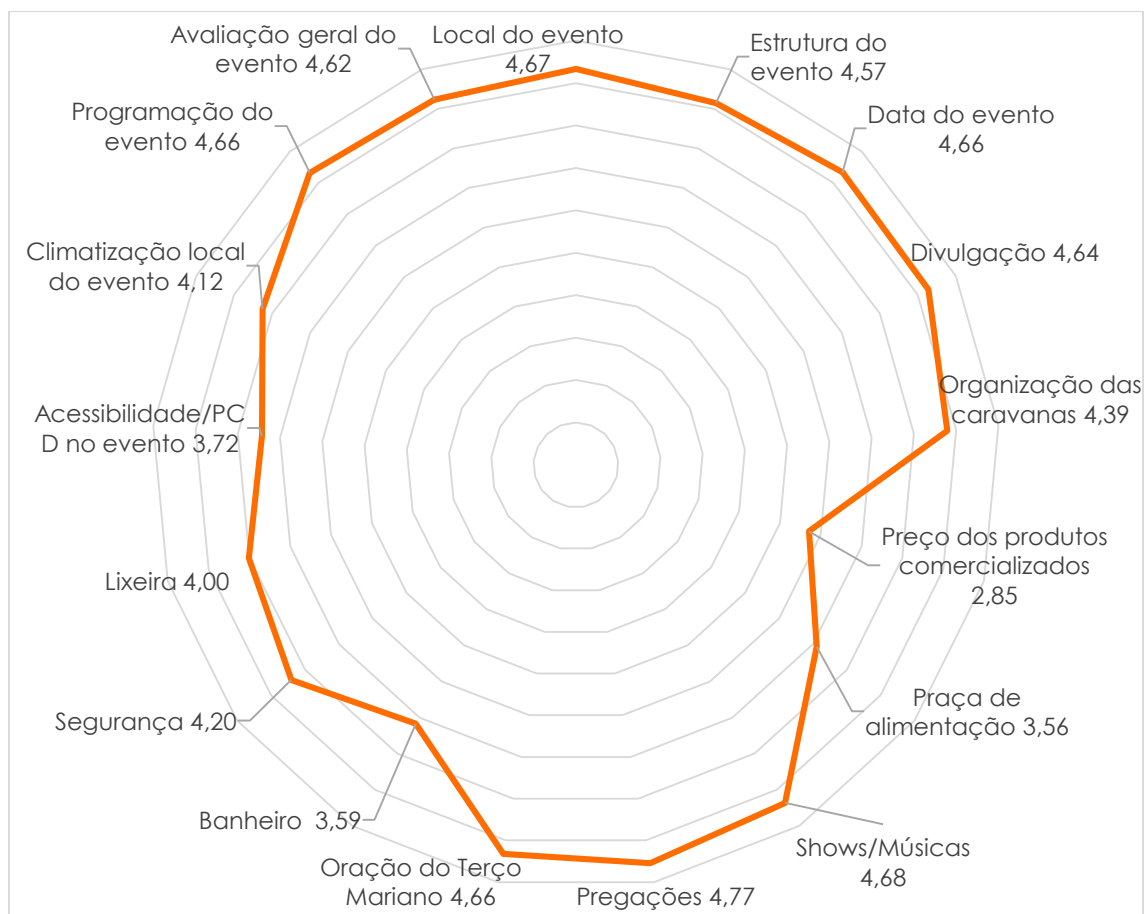
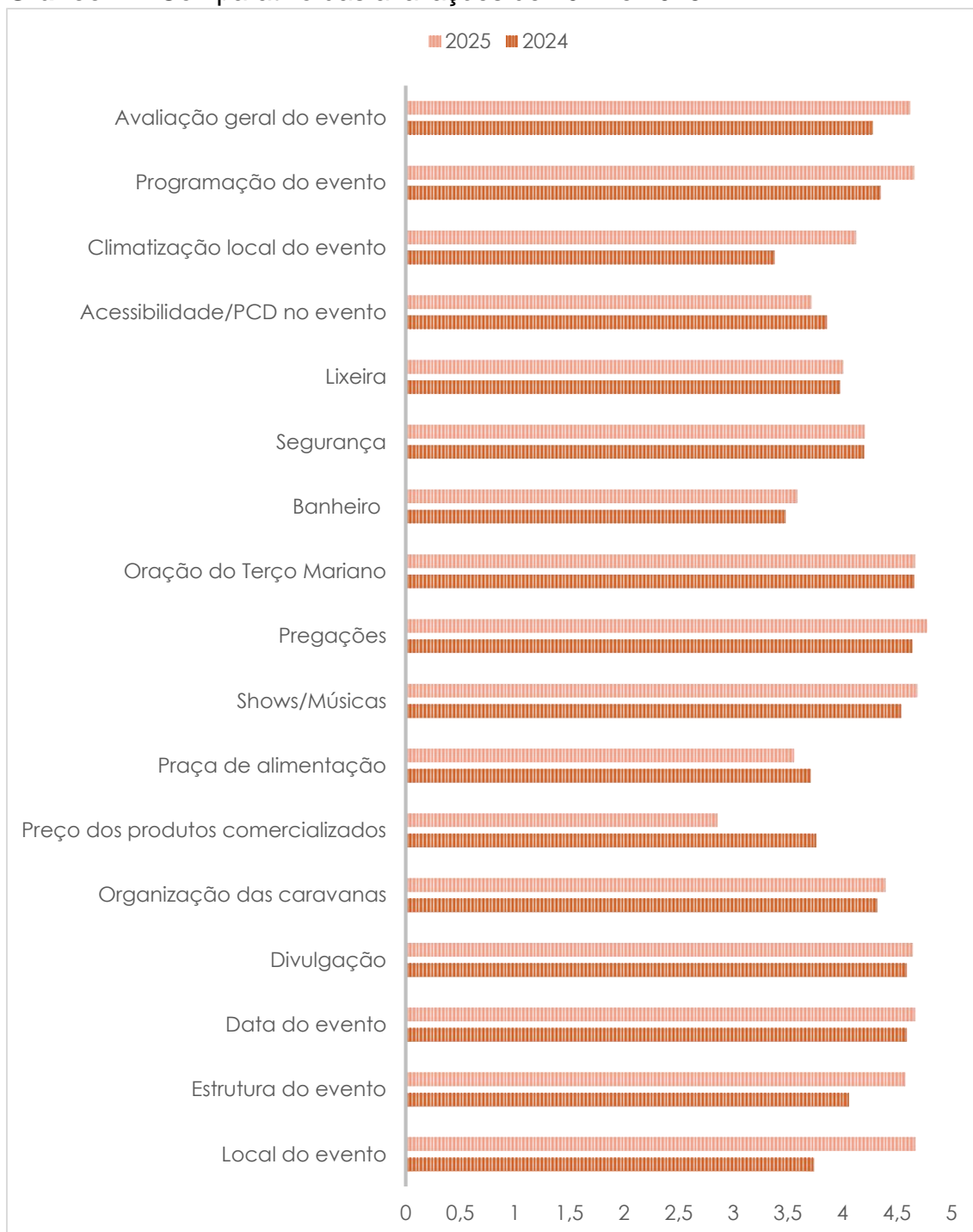


Tabela 21: Comparativo das avaliações de 2024 e 2025.

| | 2024 | 2025 |
|------------------------------------|-------------|-------------|
| Local do evento | 3,74 | 4,67 |
| Estrutura do evento | 4,06 | 4,57 |
| Data do evento | 4,59 | 4,66 |
| Divulgação | 4,59 | 4,64 |
| Organização das caravanas | 4,32 | 4,39 |
| Preço dos produtos comercializados | 3,76 | 2,85 |
| Praça de alimentação | 3,71 | 3,56 |
| Shows/Músicas | 4,54 | 4,68 |
| Pregações | 4,64 | 4,77 |
| Oração do Terço Mariano | 4,66 | 4,66 |
| Banheiro | 3,48 | 3,59 |
| Segurança | 4,2 | 4,20 |
| Lixeira | 3,98 | 4,00 |
| Acessibilidade/PCD no evento | 3,86 | 3,72 |
| Climatização local do evento | 3,38 | 4,12 |
| Programação do evento | 4,35 | 4,66 |
| Avaliação geral do evento | 4,28 | 4,62 |
| Média | 4,13 | 4,57 |

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

Gráfico 17: Comparativo das avaliações de 2024 e 2025.



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

Tabela 22: Probabilidade de voltar no evento.

| | Respondentes | % |
|------------------------------|--------------|----------------|
| Definitivamente voltaria | 174 | 75,65% |
| Provavelmente voltaria | 48 | 20,87% |
| Definitivamente não voltaria | 4 | 1,74% |
| Provavelmente não voltaria | 2 | 0,87% |
| Pode ser que volte ou não | 2 | 0,87% |
| Total | 230 | 100,00% |

Gráfico 17: Probabilidade de voltar no evento.

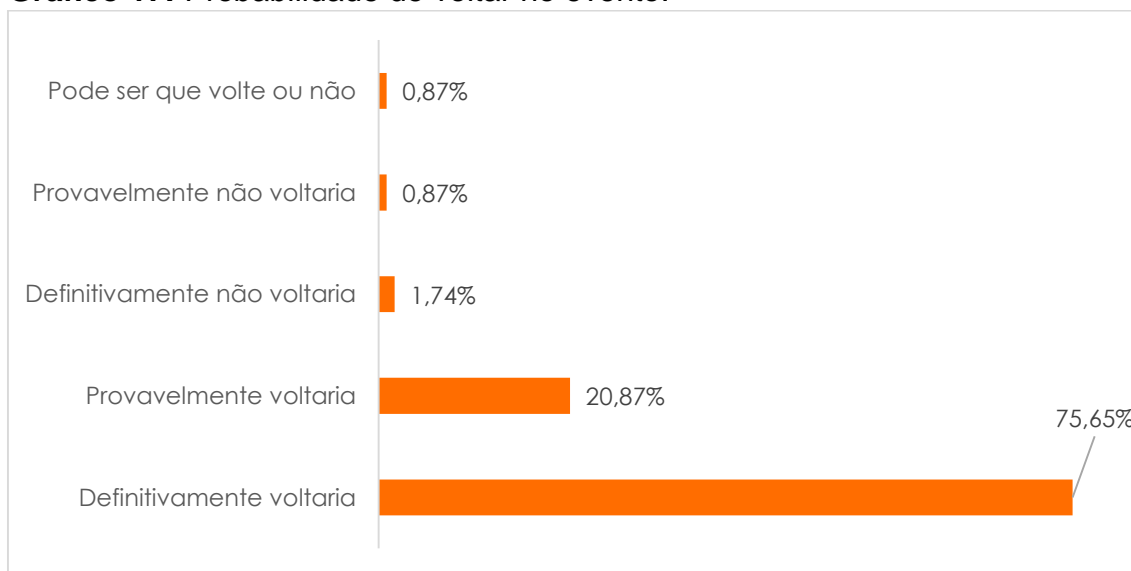


Tabela 23: Você recomenda o evento?

| | Respondentes | % |
|--------------|--------------|----------------|
| Sim | 229 | 99,57% |
| Não | 1 | 0,43% |
| Total | 230 | 100,00% |

Tabela 24: Pontos fortes do evento.

| | Respondentes | % |
|---|--------------|----------------|
| Entrada da imagem de Nossa Senhora das Graças | 22 | 9,57% |
| Estrutura | 19 | 8,26% |
| Programação | 17 | 7,39% |
| Pregação | 16 | 6,96% |
| Organização | 16 | 6,96% |
| Espiritualidade | 11 | 4,78% |
| Local | 9 | 3,91% |
| Shows | 7 | 3,04% |
| Divulgação | 6 | 2,61% |
| Orações | 6 | 2,61% |
| Atrações | 6 | 2,61% |
| Evangelização | 5 | 2,17% |
| Padre Marcos | 5 | 2,17% |
| Espaço | 4 | 1,74% |
| Apresentações | 4 | 1,74% |
| Ambiente | 3 | 1,30% |
| Músicas | 3 | 1,30% |
| Público | 3 | 1,30% |
| Nossa Senhora das Graças | 3 | 1,30% |
| Fé | 3 | 1,30% |
| Decoração | 2 | 0,87% |
| Segurança | 1 | 0,43% |
| Louvores | 1 | 0,43% |
| Convidados | 1 | 0,43% |
| Equipe médica e bombeiros | 1 | 0,43% |
| Frei Gilson | 1 | 0,43% |
| Não responderam | 55 | 23,91% |
| Total | 230 | 100,00% |

Nuvem de palavras



Tabela 24: Sugestão de melhorias.

| | Respondentes | % |
|---|--------------|----------------|
| Banheiros | 29 | 12,61% |
| Valor dos produtos | 17 | 7,39% |
| Organização | 10 | 4,35% |
| Acessibilidade | 9 | 3,91% |
| Preços altos | 9 | 3,91% |
| Facilitar o acesso ao evento | 9 | 3,91% |
| Estacionamento | 7 | 3,04% |
| Sinalização | 7 | 3,04% |
| Estrutura do palco | 4 | 1,74% |
| Espaço | 4 | 1,74% |
| Divulgação | 4 | 1,74% |
| Mais lixeiras | 4 | 1,74% |
| Mais telões | 4 | 1,74% |
| Filas grandes | 4 | 1,74% |
| Praça de alimentação maior | 3 | 1,30% |
| Segurança | 3 | 1,30% |
| Ambiente | 3 | 1,30% |
| Logística e sinalização | 3 | 1,30% |
| Cobertura para o evento | 2 | 0,87% |
| Som | 2 | 0,87% |
| Comunicação | 1 | 0,43% |
| Palco 360º | 1 | 0,43% |
| Acesso às arquibancadas | 1 | 0,43% |
| Falta acessibilidade, colocar telão | 1 | 0,43% |
| Loja de vendas, e mais locais para higienização | 1 | 0,43% |
| Ter cobertura no local | 1 | 0,43% |
| Lugar reservado para idosos | 1 | 0,43% |
| Falta de água | 1 | 0,43% |
| Distribuição de ingresso online | 1 | 0,43% |
| Clima | 1 | 0,43% |
| Transporte público gratuito para o evento | 1 | 0,43% |
| Melhor horário | 1 | 0,43% |
| Estrutura | 1 | 0,43% |
| Internet | 1 | 0,43% |
| Não responderam | 79 | 34,35% |
| Total | 230 | 100,00% |

Nuvem de palavras



Instrumento de Pesquisa



PESQUISA: PERFIL E SATISFAÇÃO DO PARTICIPANTE / TOTUS TUUS MARIAE 2025

Pesquisador: _____

Data: ____/____/____.

1. **Gênero:** () Masculino () Feminino 2. **Idade:** _____

3. **País de origem?** () Brasil () Outro: _____

4. **Estado:** () GO () DF () Outros: _____

5. **Município:** () Goiânia () Outro: _____

6. **1ª vez no município?** () Sim () Não () Morador

7. **Se não, quantas vezes?** _____

8. **Escolaridade:** () Ensino Fundamental completo

() Ensino Médio completo () Ensino Técnico

() Graduação Completa () Pós-Graduação

() outra. _____

9. **Renda individual mensal?** _____

10. **Estado Civil:** () Solteiro(a) () Casado(a)

() Divorciado(a) () União Estável () Viúvo

() Outro: _____

11. **Como ficou sabendo sobre o evento Totus Tuus?**

() Redes Sociais do evento () Sua Paróquia

() Material Gráfico () Amigos e parentes

() Outros: _____

12. **Primeira vez que participa do evento Totus Tuus:**

() Sim () Não – quantas vezes? _____

13. **Onde está hospedado(a)?**

() Não se aplica/Morador () Pousada/Hotel

() Casa amigos/parentes () Airbnb

() Bate Volta/Excursionista () Outros: _____

14. **Nº de Pernites:** _____

15. **Qual o meio de Transporte utilizado para chegar em Goiânia?** () Veículo próprio () Ônibus de Linha

() Ônibus de Excursão / Caravana

() Carona com amigos () Outros: _____

16. **Características do grupo?** () Sozinho () Casal

() Familiar () Grupo de amigos () Outros: _____

16.1. **Tamanho do Grupo:** _____

17. **Detalhamento da previsão de gastos individuais:**

| Hospedagem | Atrativos | |
|------------------|-------------------------|--|
| Alimentação: | Transporte combustível: | |
| Compras | Outros gastos: | |
| Souvenirs: | | |
| Total de Gastos: | | |

18. Avaliação do Evento Totus Tuus Mariae 2025:

| | Ótimo | Bom | Razoável | Ruim | Péssimo | Não se aplica |
|-------------------------------------|-------|-----|----------|------|---------|---------------|
| Local do Evento | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |
| Estrutura do evento | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |
| Data do evento | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |
| Divulgação do evento | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |
| Organização das Caravanas | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |
| Preços dos produtos comercializados | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |
| Praça de Alimentação | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |
| Shows/Música | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |
| Pregações | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |
| Oração do Terço Mariano | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |
| Banheiros | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |
| Segurança | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |
| Lixeiras | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |
| Acessibilidade/PCD no evento | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |
| Climatização do Evento | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |
| Programação Geral do Evento | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |
| Avaliação Geral do Evento | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |

19. **Qual a probabilidade de você voltar ao Evento de acordo com a seguinte escala:**

() 1 Definitivamente não voltaria

() 2 Provavelmente não voltaria

() 3 Pode ser que volte ou não

() 4 Provavelmente voltaria

() 5 Definitivamente voltaria

20. **Recomendaria para amigos e parentes?**

() Sim () Não

21. **Pontos fortes do evento:**

22. **Sugestões de melhoria:**

FOTOS



INFOGRÁFICO

Foram entrevistados 230 participantes do evento;

**67,39% dos respondentes são do gênero feminino
e 32,61% masculino;**

A média de idade dos respondentes é de 41 anos;

A renda média dos respondentes é de R\$ 3.799,41;

60,87% dos respondentes eram de Goiânia;

**46,96% dos respondentes souberam do evento
por meio da sua Paróquia;**

87,74% dos respondentes visitaram o evento de 1 a 5 vezes;

**30,43% dos respondentes estavam em
grupos de 1 a 20 pessoas;**

A média de gastos em Goiânia foi de R\$ 107,95;

99,57% dos respondentes recomendam o evento;

**A nota média do evento foi de 4,57
(As notas da avaliação variam entre 1 e 5).**
