



Universidade Federal de Mato Grosso do Sul

Câmpus de Naviraí

Curso de Administração



1. Introdução

A satisfação dos clientes possui um papel fundamental nos estágios iniciais do relacionamento. Se as experiências dos visitantes não forem satisfatórias nos primeiros encontros, ele tenderá a buscar outras alternativas de consumo (ZUCCO *et al.* 2010).

A pesquisa de satisfação aplicada a eventos populares permite perceber qual o melhor modo de atender as expectativas de seus frequentadores. É um instrumento capaz de avaliar produtos e serviços e orientar decisões estratégicas no sentido de aumentar a performance desse seguimento.

A FEJUNAV é um dos eventos mais importantes do município de Naviraí. No ano de 2017, realizou-se a 16ª edição da festa. A organização da festa é realizada pela Prefeitura Municipal de Naviraí em parceria com diferentes entidades da sociedade civil. Essas entidades são responsáveis pelas barracas que fornecem alimentos durante o evento e a arrecadação contribui com essas organizações e grupos.

Considerando a importância do evento e visando aperfeiçoar a organização das próximas edições, realizou-se uma pesquisa exploratória com o objetivo de identificar o nível de satisfação e expectativa de consumo da Festa Junina de Naviraí (FEJUNAV).



Universidade Federal de Mato Grosso do Sul

Câmpus de Naviraí

Curso de Administração



2. Especificações Técnicas da Pesquisa

Objetivo:	Identificar o nível de satisfação e expectativa de consumo da Festa Junina de Naviraí (FEJUNAV).
Local:	Naviraí, Mato Grosso do Sul
Período:	09 a 11 de junho de 2017.
População esperada no evento:	5000 pessoas
Amostra:	Composta por 236 sujeitos, caracterizando-se como pesquisa não probabilística, com nível de confiança de 95% e erro aproximado de 6,2%.
Técnica de coleta de dados	Questionário estruturado com perguntas fechadas, aplicado por estudantes do curso de Administração da UFMS durante os dias de evento nas principais áreas de circulação de pessoas.
Técnica de análise dos dados	Estatística descritiva
Coordenação:	Wesley Osvaldo Pradella Rodrigues Marcelo da Silva Mello Dockhorn Sibelly Resch
Equipe de apoio	Jaiane Aparecida Pereira Fabio da Silva Rodrigues Marco Antonio Costa da Silva



3. Resultados

A análise do perfil socioeconômico dos frequentadores a predominância de jovens entre 18 e 24 anos (41,5% dos entrevistados) como se observa na Figura 2, a maioria (52,1%) do público é composta por solteiros (Figura 1). Identifica-se um equilíbrio entre pessoas do sexo feminino e masculino (Figura 1).

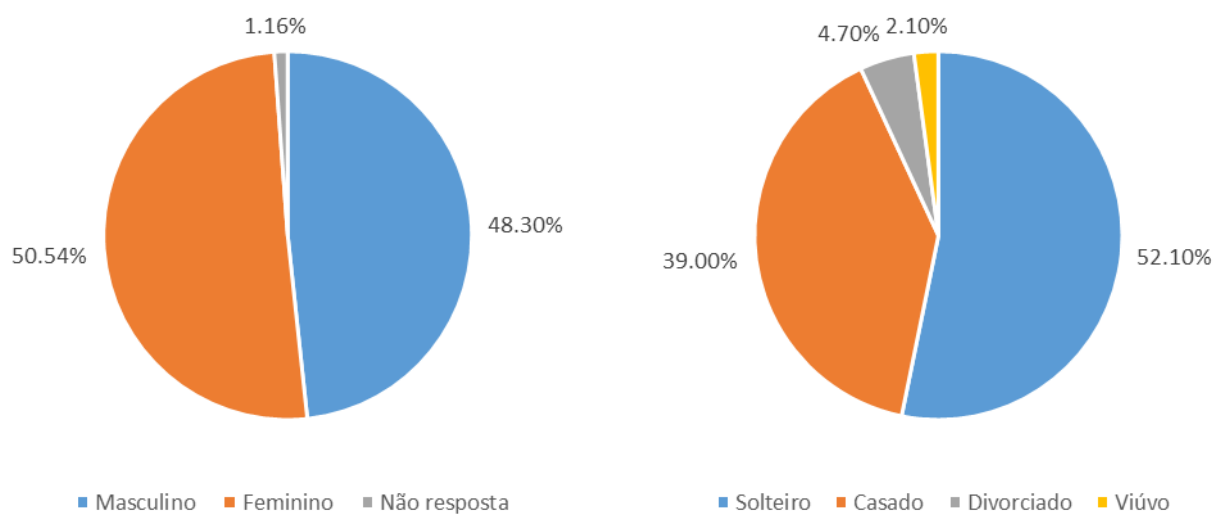
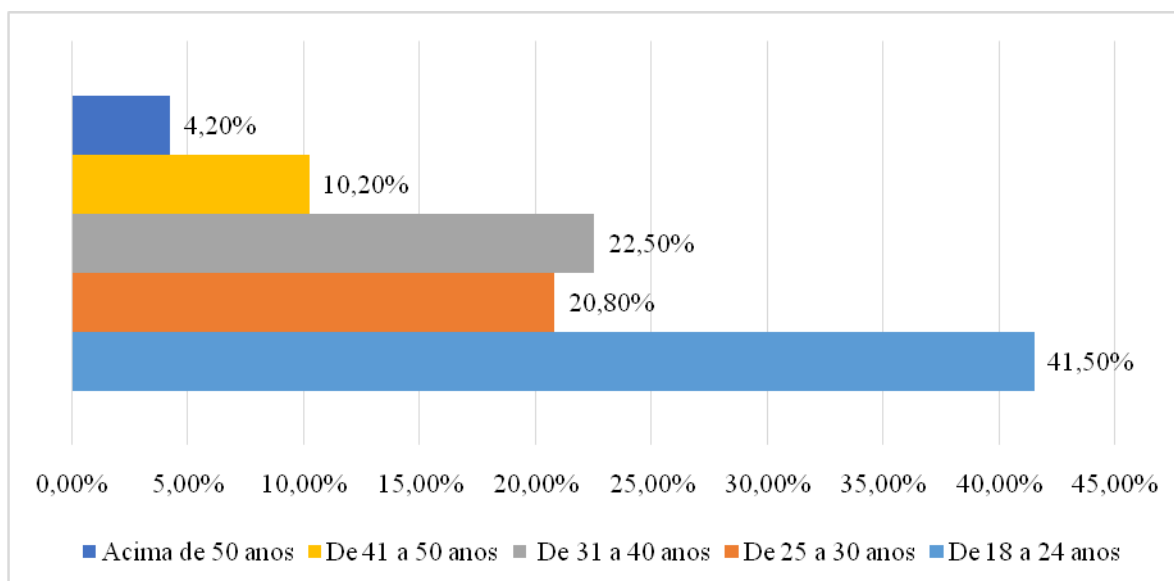


Figura 1 - Sexo e Estado civil dos entrevistados

Fonte: dados de pesquisa

Figura 2 - Faixa etária

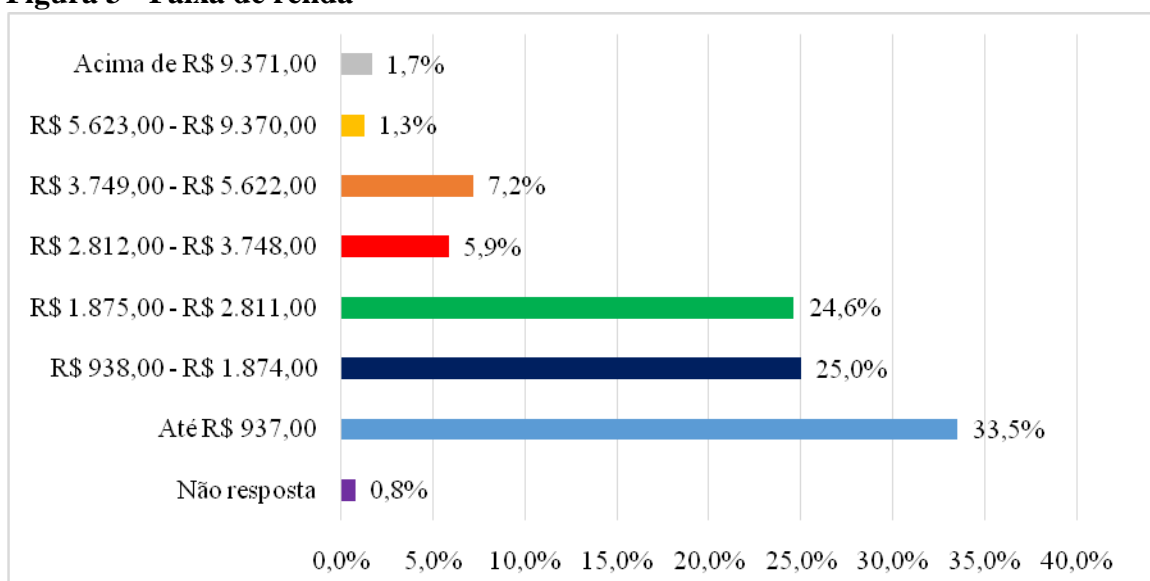


Fonte: dados de pesquisa

Identificou-se que 94% dos entrevistados são moradores de Naviraí e os demais são visitantes dos municípios de: Caarapó, Juti, Itaquiraí, Ivinhema, Eldorado, Campo Grande e Umuarama.

Em relação à faixa de renda dos entrevistados, verifica-se que a maioria tem renda de até dois salários mínimos (58,5%), com predominância de pessoas com uma renda pessoal de até R\$ 937,00 (33,5%).

Figura 3 - Faixa de renda

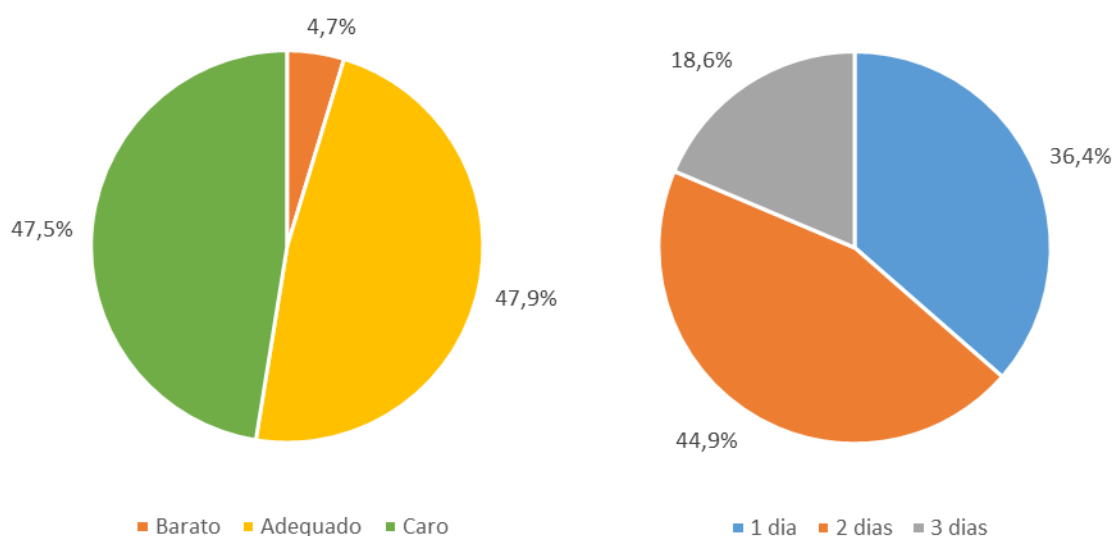


Fonte: Dados da pesquisa.

Também foi perguntado aos entrevistados quanto estariam dispostos a gastar por dia. A partir das respostas e considerando a quantidade de dias que pretendiam ir ao evento, chegou-se ao ticket médio de consumo de R\$53,00 por dia. A partir desse ticket médio, do percentual de frequência estimado (Figura 4) e do público-alvo esperado, estima-se que a FEJUNAV movimentou R\$430,5 mil nos três dias de evento.

A Figura 4 também apresenta a percepção dos entrevistados em relação aos preços praticados no evento. Observa-se que 47,5% dos frequentadores consideram “caros” os preços praticados. É possível que esse dado tenha relação com o perfil socioeconômico dos entrevistados.

Figura 4 - Percepção de preço e frequência no evento



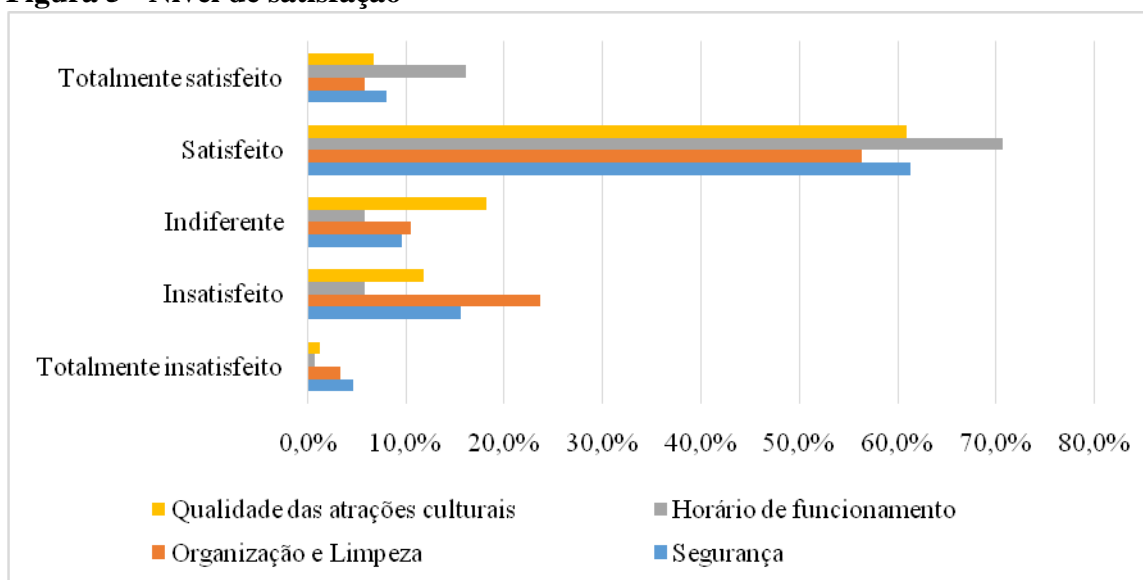
Fonte: Dados da pesquisa.

O estudo também buscou analisar a satisfação dos frequentadores em relação aos seguintes aspectos: segurança, organização e limpeza, atendimento das barracas, parque de diversões, variedade dos produtos, qualidade das atrações culturais, qualidade dos brinquedos do parque de diversões e horário de funcionamento.



Na Figura 5 observa-se que a maioria dos entrevistados considera-se satisfeito em relação às atrações culturais, horário de funcionamento, organização e limpeza, segurança. Destaca-se, entretanto, que o aspecto organização e limpeza obteve insatisfação por 27,1% dos entrevistados. A falta de lixeiras ao longo do espaço reservado para o evento pode ser uma possível causa para esse indicador. Identifica-se ainda que o aspecto segurança obteve índice de insatisfação para 20,4% dos entrevistados. Uma possível explicação pode ser o efetivo de policiais e seguranças privados na festa.

Figura 5 - Nível de satisfação



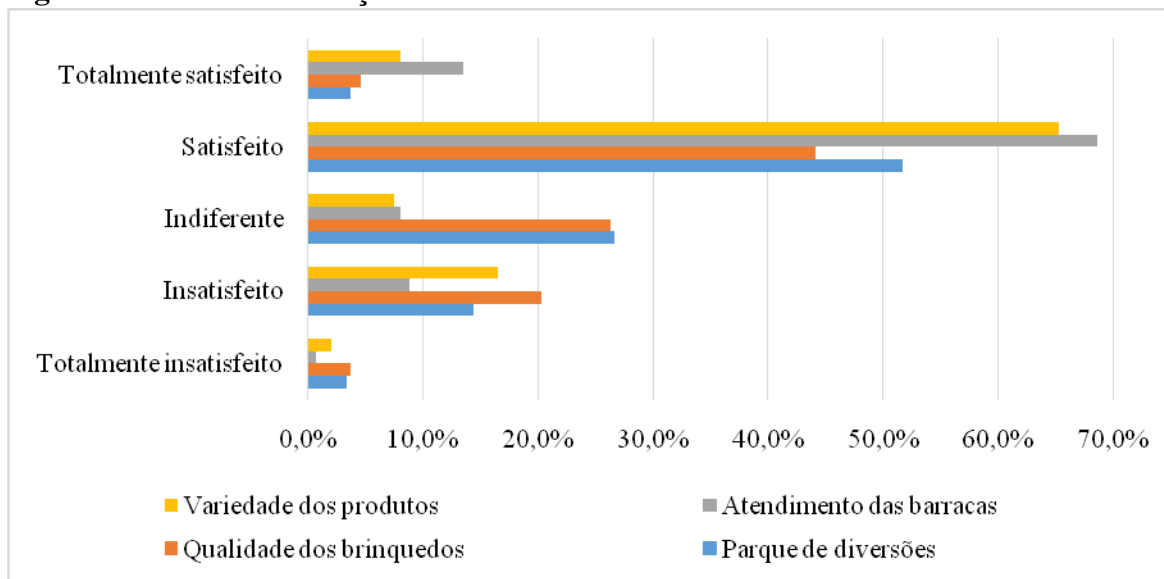
Fonte: Dados da pesquisa.

A Figura 6 sintetiza os resultados do nível de satisfação em relação ao parque de diversões e às barracas, demonstrando que a maioria dos entrevistados considera-se satisfeito em relação à essas dimensões. Cabe destacar que um percentual razoável de entrevistados respondeu indiferente nas questões relacionadas ao parque de diversões (26,7% e 26,3%). Uma possível justificativa para tal resultado pode estar relacionada ao perfil dos entrevistados.

Em relação à variedade dos produtos, 26,2% dos entrevistados apresentaram insatisfação. Esse indicador pode guardar relação com a falta de visibilidade dos produtos comercializados nas barracas. Além disso, alguns entrevistados relataram aos alunos que sentiram falta de inovações na festa. Ainda observaram que as bebidas não encontravam-se

na temperatura ideal para consumo. Também observaram que muitas barracas ofereciam os mesmos produtos para comercialização. Por fim, os resultados apontam satisfação em relação ao atendimento das barracas (82,2%).

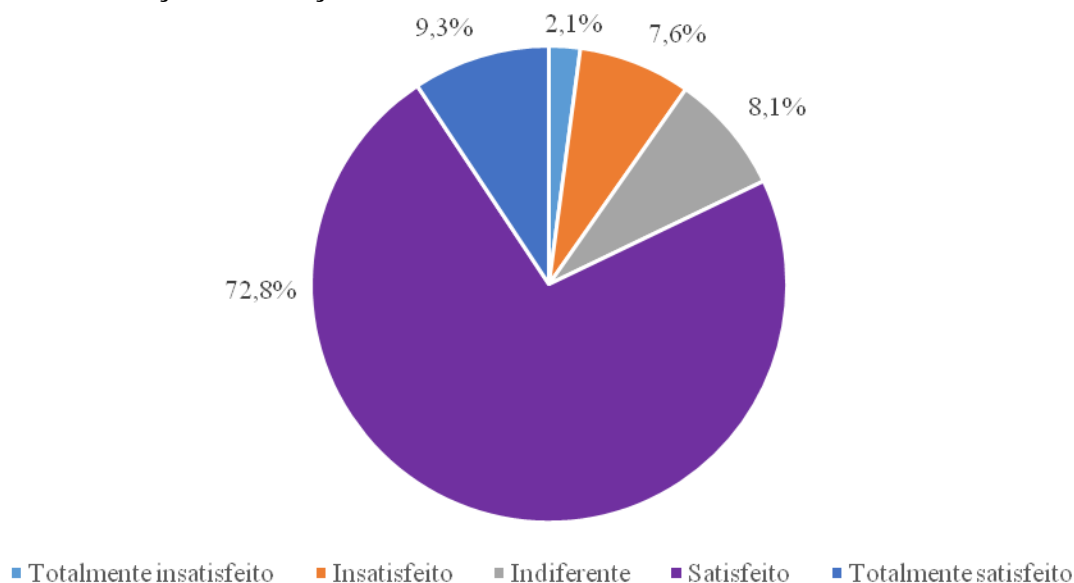
Figura 6 - Nível de satisfação



Fonte: Dados da pesquisa.

Como se observa na Figura 7, o evento teve a aprovação de 81,8% dos entrevistados, sendo que 72,5% consideraram o evento satisfatório e 9,3% dos entrevistados consideraram-se totalmente satisfeitos com o evento. A média da nota final atribuída ao evento foi 8,5.

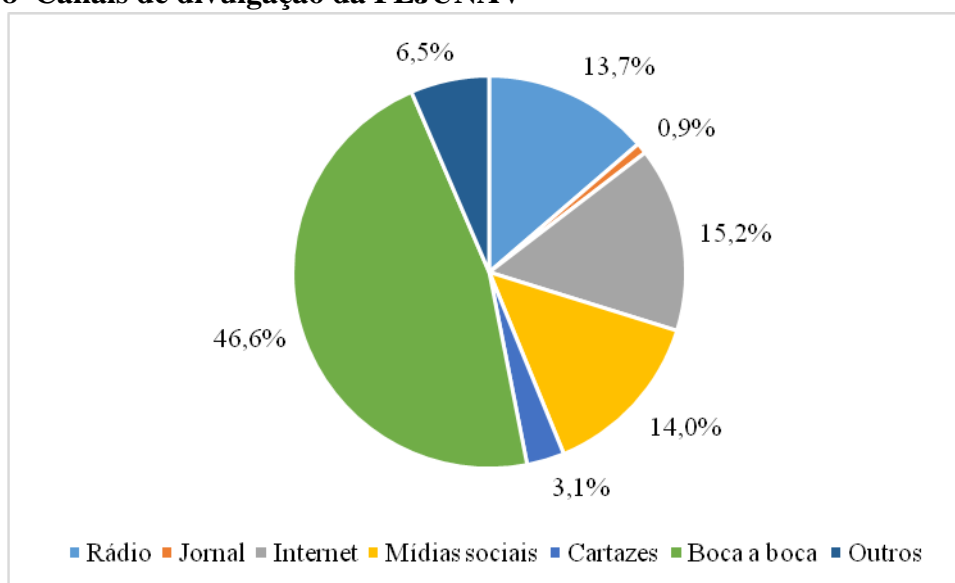
Figura 7 - Satisfação em relação a FEJUNAV



Fonte: Dados da pesquisa.

A fim de identificar possíveis melhorias para as próximas edições do evento, perguntou-se aos entrevistados sobre os canais de divulgação do evento. Identifica-se na Figura 8 que a maioria das pessoas obteve conhecimento sobre o período de realização da FEJUNAV por boca-a-boca, pela internet/mídias sociais e por cartazes.

Figura 8 – Canais de divulgação da FEJUNAV

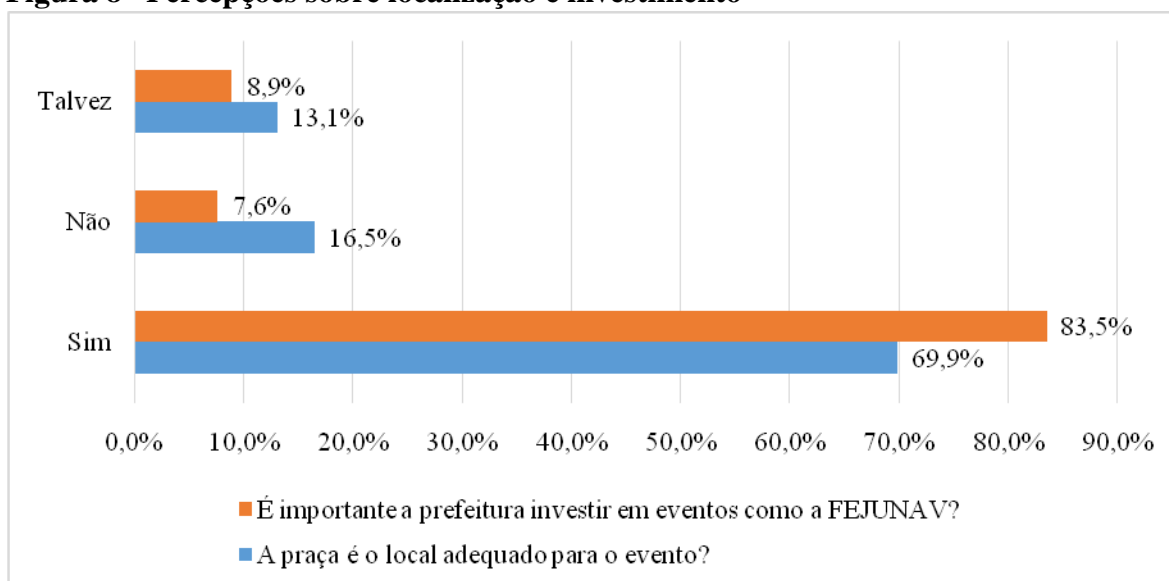


Fonte: Dados da pesquisa.



Com o mesmo objetivo, perguntou-se aos entrevistados sobre a localização do evento e se julgam importante que a prefeitura continue investindo na FEJUNAV. Os resultados demonstram que a maior parte dos entrevistados (83,5%) acredita que a prefeitura deva continuar investindo na festa, sendo a praça um local adequado (69,9%).

Figura 8– Percepções sobre localização e investimento

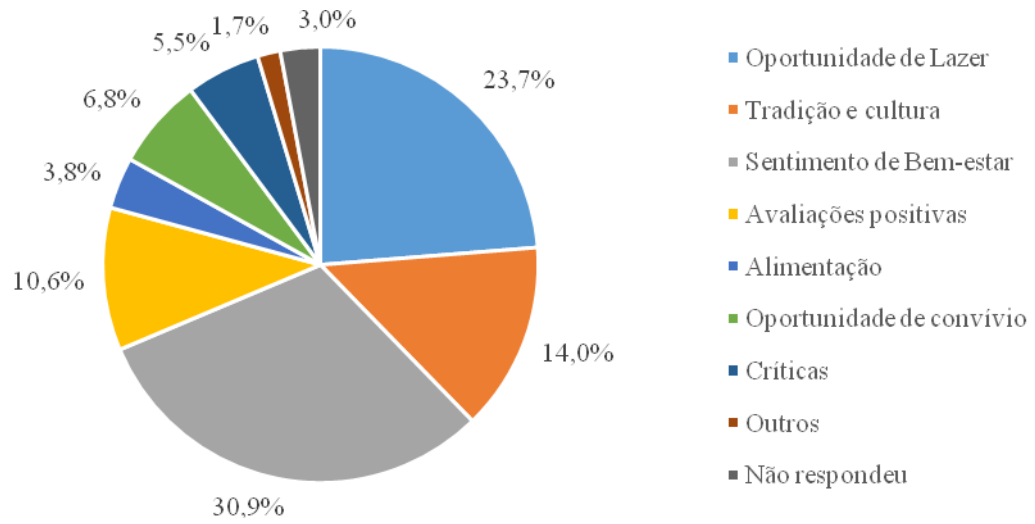


Fonte: Dados da pesquisa.

Por fim, pediu-se para os entrevistados definirem em uma palavra seu sentimento em relação à FEJUNAV. Os entrevistados mencionaram 60 palavras diferentes. Esses termos foram agrupados em dimensões, destacadas na Figura 9. Percebe-se que o evento é visto por grande parte dos entrevistados como uma oportunidade de lazer (29%), gerando um sentimento de bem-estar para os participantes (19%). Há que se destacar que 16% dos entrevistados vêem a festa como uma tradição importante na cultura do município. Também há uma percepção de que a festa oportuniza o convívio social (11%).



Figura 9 - Sentimento em relação à FEJUNAV



Fonte: Dados da pesquisa.



Universidade Federal de Mato Grosso do Sul

Câmpus de Naviraí

Curso de Administração



4. Considerações Finais

Esta pesquisa considerou a importância do evento, buscando informações para subsidiar melhorias para as próximas edições, por meio deste, objetivou-se identificar o nível de satisfação e expectativa de consumo da Festa Junina de Naviraí (FEJUNAV).

Devemos destacar que o evento teve a aprovação de 81,8% dos entrevistados, sendo atribuído a média da nota final de 8,5 pelos mesmos. Com relação a expectativa de gastos, estima-se que a FEJUNAV movimentou R\$ 430,5 mil nos três dias de evento, considerando a quantidade de dias que pretendiam ir ao evento, chegou-se ao ticket médio de consumo de R\$53,00 por dia.

A pesquisa sofreu algumas limitações quanto a falta de conhecimento prévio do evento por parte dos pesquisadores, tempo reduzido para o prepara do instrumento de pesquisa e em relação ao número de questionário aplicados, impactando para o erro amostral de 6,2%.

No decorrer das análises observou-se a necessidade de implantação de questões abordando o quantitativo de filhos por família dos entrevistados, assim como sobre o aspecto da qualidade dos produtos.

Por fim, os autores sugerem a realização da pesquisa em próximos eventos, afim de gerar possíveis comparativos e obter informações sobre a satisfação em festas populares no município de Naviraí.

Referência

ZUCCO, F. D.; MAGALHÃES, M. D. R. A.; MORETTI, S. L. A. Análise do nível de satisfação dos participantes: evidências das últimas três edições da Oktoberfest em Blumenau (2006, 2007 E 2008). Turismo: Visão e Ação, v. 12, n. 3, art. 6, p. 331-347, 2010.