





## 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.

O Naviraí Motorcycle está na sua segunda edição, sendo organizado pela moto clube Desgarrados em parceria com a Gerencia de Esporte Municipal e 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 do 2º Naviraí Motorcyclo.



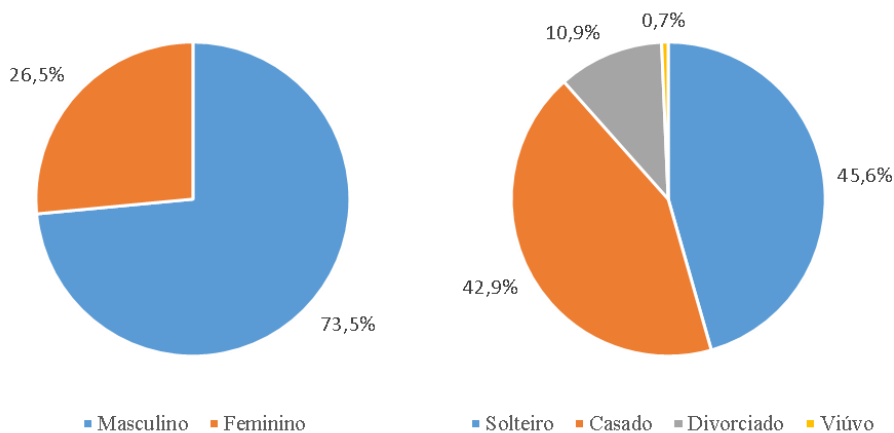
## 2. Especificações Técnicas da Pesquisa

Objetivo:	Identificar o nível de satisfação e expectativa de consumo do 2º Naviraí Motorcycle.
Local:	Naviraí, Mato Grosso do Sul
Período:	04 a 06 de agosto de 2017.
População esperada no evento:	2000 pessoas
Amostra:	Composta por 147 sujeitos, caracterizando-se como pesquisa não probabilística, com nível de confiança de 95% e erro aproximado de 7,8%.
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

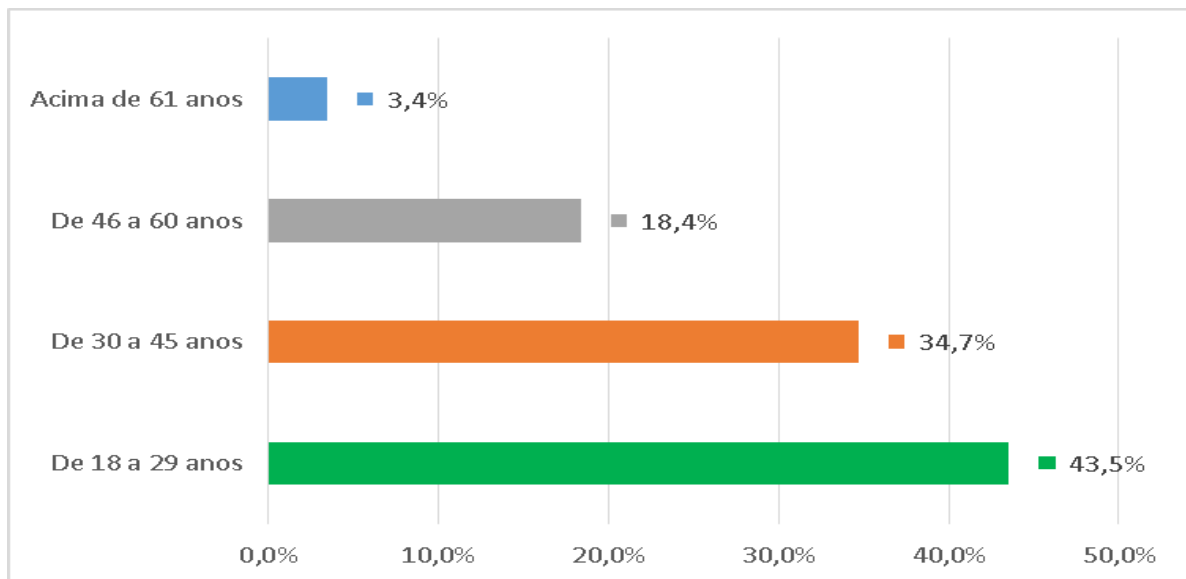
A análise do perfil socioeconômico dos freqüentadores a predominância de jovens entre 18 e 29 anos (42,9% dos entrevistados) como se observa na Figura 2, a maioria (52,1%) do público é composta por solteiros (Figura 1). Identifica-se um equilíbrio entre pessoas do sexo feminino e masculino (Figura 1).

**Figura 1 - Sexo e Estado civil dos entrevistados**



Fonte: dados de pesquisa

**Figura 2 - Faixa etária**



Fonte: dados de pesquisa

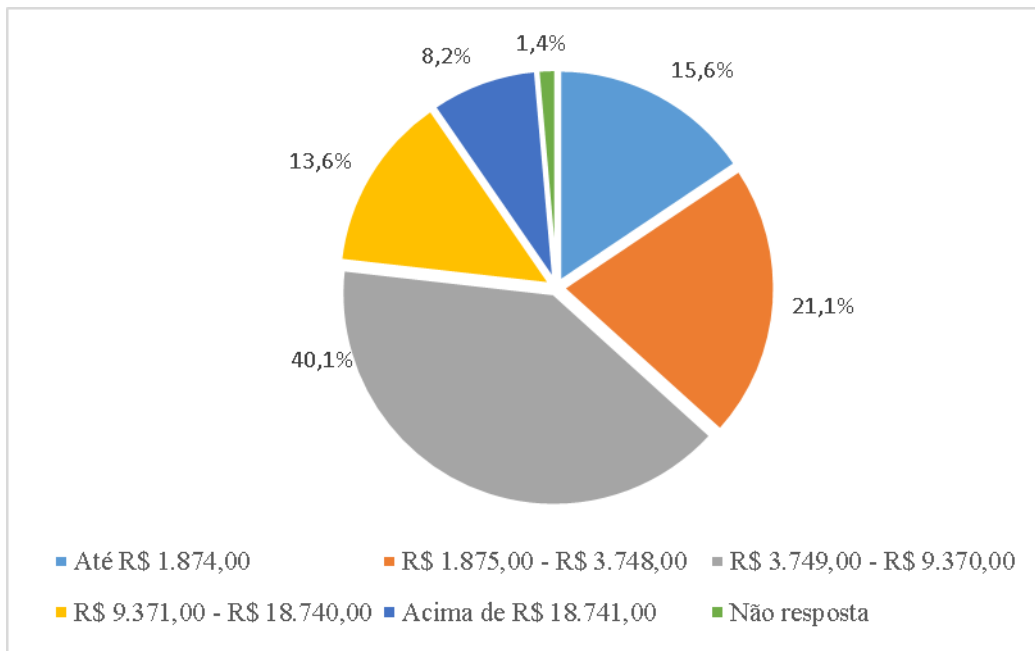
Identificou-se que 56,5% dos entrevistados são moradores de Naviraí e os demais são visitantes de 37 localidades, entre os municípios com mais participantes destacamos:



Dourados (9,7%), Nova Andradina (8,1%), e municípios do noroeste do Paraná (45,2%), como Toledo (12,9%) e Cascavel (4,8%).

Em relação à faixa de renda dos entrevistados, verifica-se que a maioria possui renda familiar entre 4 a 10 salários mínimos (40,1%), seguido por entrevistados que possuem renda familiar entre 2 a 4 salários mínimos (21,1%).

**Figura 3 - Faixa de renda**



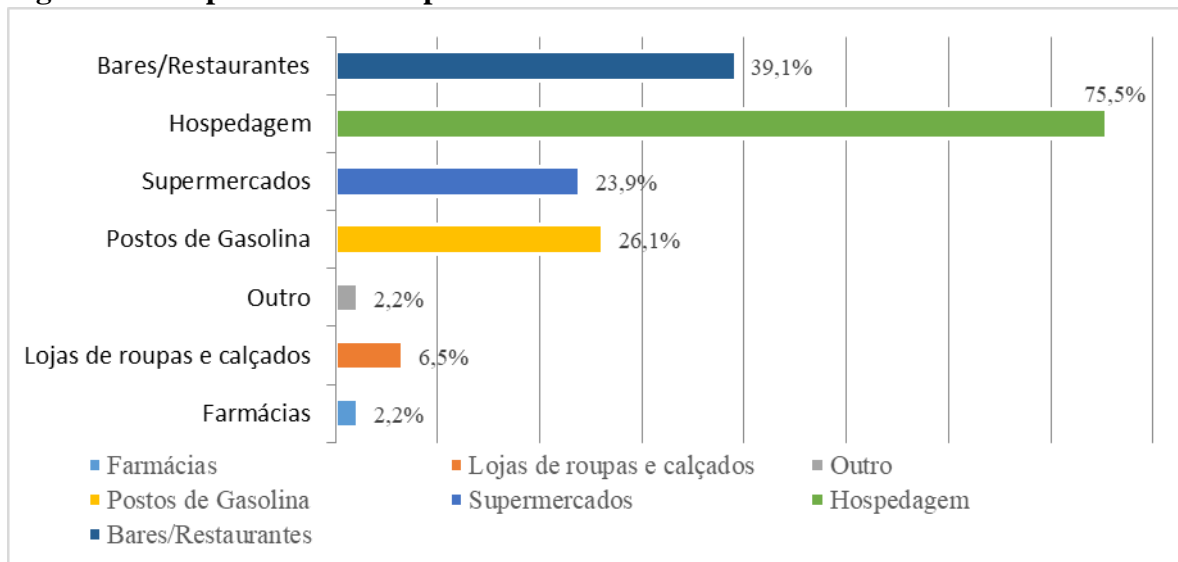
**Fonte:** Dados da pesquisa.

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\$ 173 por dia. A partir desse ticket médio, do percentual de frequência estimado e do público-alvo esperado, estimou-se que o 2º Naviraí Motorcycle gerou uma movimentação econômica de R\$631,8 mil nos três dias de evento.

Analisando em especial os motociclistas frequentadores oriundos de outros municípios que vieram para o evento, verificou-se o ticket médio de consumo de R\$ 235 por dia. A partir desse ticket médio estima-se que os motociclistas injetaram no município cerca de R\$ 215,1 mil nos três dias do evento.

Perguntados sobre o destino das despesas no município (Figura 4), observou-se que a hospedagem representou 75,5% das despesas, seguida por despesas em Bares e Restaurantes (39,1%).

**Figura 4 – Despesas no município**

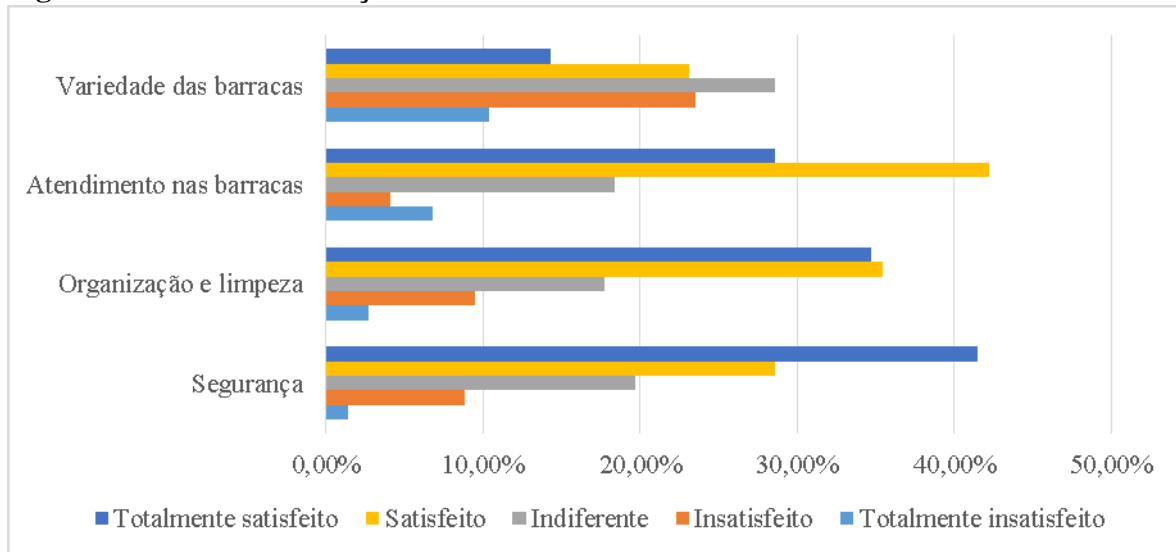


**Fonte:** Dados da pesquisa.

O estudo também buscou analisar a satisfação dos frequentadores em relação aos seguintes aspectos: segurança, organização e limpeza, atendimento nas barracas, variedade das barracas.

Na Figura 5 observa-se que a maioria dos entrevistados considera-se satisfeito em relação ao atendimento nas barracas e organização e limpeza do evento. Identifica-se ainda que o aspecto segurança obteve índice de satisfação para 41,5 % dos entrevistados. Destaca-se, entretanto, que o aspecto variedade das barracas obteve uma rejeição de 62,5% dos entrevistados. A falta de variedade de barracas e produtos oferecidos por elas pode ser uma possível causa para esse indicador.

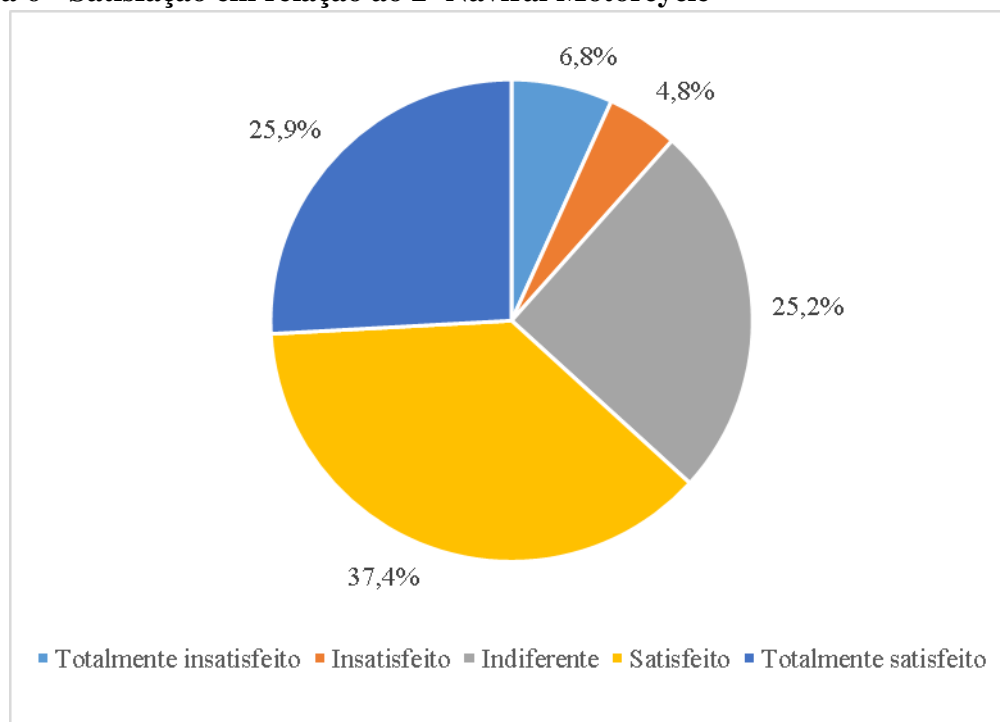
**Figura 5 - Nível de satisfação**



**Fonte:** Dados da pesquisa.

Como se observa na Figura 6, o evento teve a aprovação de 63,3% dos entrevistados, sendo que 37,4% consideraram o evento satisfatório e 25,9% dos entrevistados consideram-se totalmente satisfeitos com o evento. A média da nota final atribuída ao evento foi 7,8.

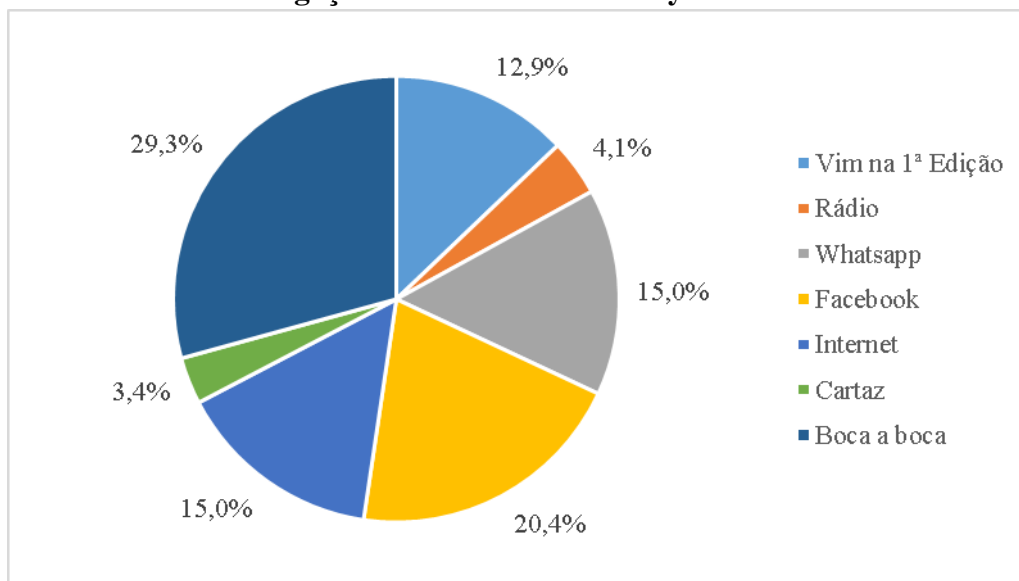
**Figura 6 - Satisfação em relação ao 2ª Naviraí Motorcycle**



**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 7 que a maioria das pessoas obteve conhecimento sobre o período de realização da 2ª Naviraí Motorcycle por boca-a-boca, pela internet/mídias sociais e por whatsapp.

**Figura 7 – Canais de divulgação da 2ª Naviraí Motorcycle**

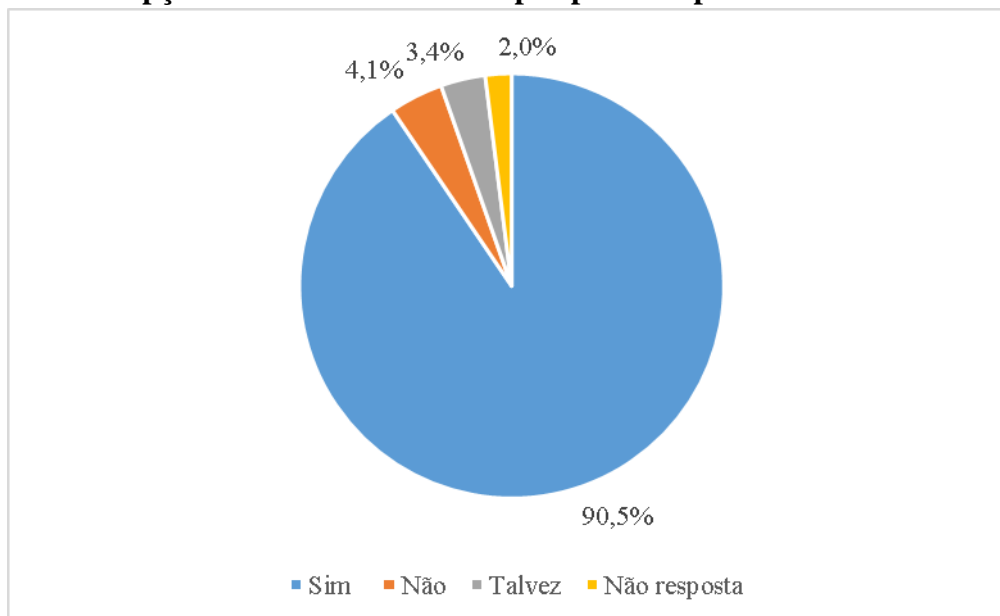


**Fonte:** Dados da pesquisa.

Com o mesmo objetivo, perguntou-se aos entrevistados se julgam importante que a prefeitura continue investindo em eventos como o 2ª Naviraí Motorcycle. Os resultados demonstram que a maior parte dos entrevistados (90,5%) acredita que a prefeitura deva continuar investindo no evento.



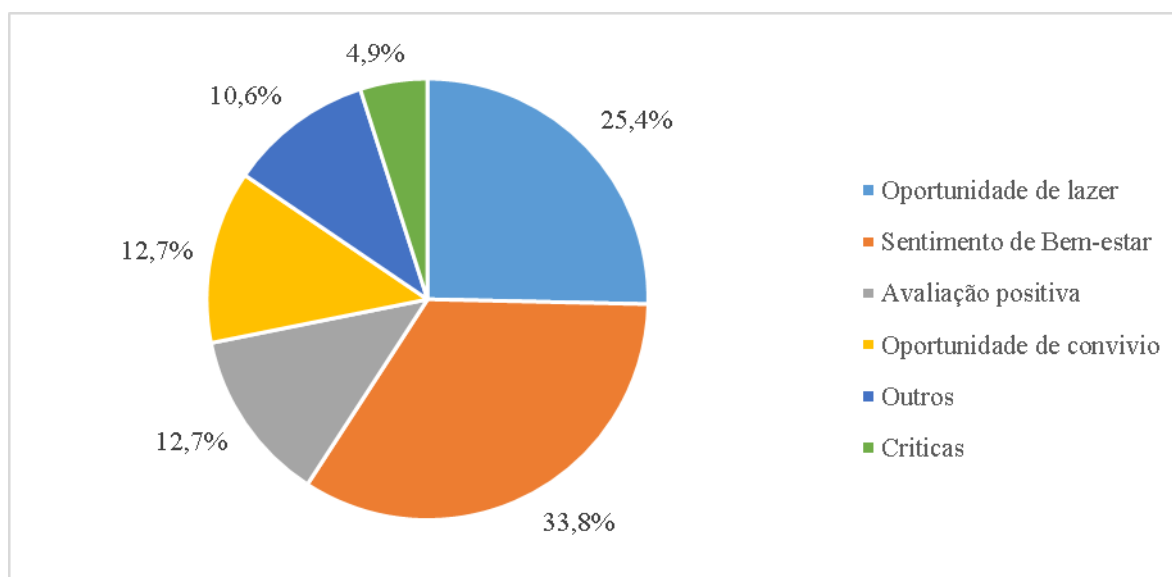
**Figura 8– Percepções sobre o investimento por parte da prefeitura**



**Fonte:** Dados da pesquisa.

Por fim, pediu-se para os entrevistados definirem em uma palavra seu sentimento em relação ao 2º Naviraí Motorcycle. Os entrevistados mencionaram 68 palavras diferentes. Esses termos foram agrupados em dimensões, destacadas na Figura 9. Percebe-se que o evento gera um sentimento de bem-estar para os participantes (33,8%), além de ser visto por parte dos entrevistados como uma oportunidade de lazer (25,4%). Também há uma percepção de que o evento oportuniza o convívio social (12,7%).

**Figura 9 - Sentimento em relação evento**



**Fonte:** Dados da pesquisa.



#### 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 no 2º Naviraí Motorcycle.

Devemos destacar que o evento teve a aprovação de 63,3% dos entrevistados, sendo atribuído a média da nota final de 7,8 pelos mesmos. Com relação a expectativa de gastos, estima-se que o 2º Naviraí Motorcycle movimentou R\$ 631,8 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\$ 173,00 por dia.

Com relação ao público vindos de outros municípios com suas **motocicletas**, estima-se que injetaram no município R\$ 215,1 mil nos dias do evento, atingindo o ticket médio de R\$ 235,00. Conforme apresentado na pesquisa os gastos foram destinados a hospedagem, bares e restaurantes, postos de combustíveis e supermercados.

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 7,8%.

Por fim, os autores sugerem a realização da pesquisa em próximos eventos, afim de gerar possíveis comparativos e obter informações sobre a satisfação em eventos 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.

ANEXO I

