



**Marketing and  
Consumption Lab**



**Relatório**  
**Pesquisa de Satisfação Arraial Flor do Maracujá**  
**Edição 2019**

PORTO VELHO, 2019



# Relatório

## Pesquisa de Satisfação Arraial Flor do Maracujá

### Edição 2019

Relatório elaborado pelo Grupo de Pesquisa *Marketing and Consumption Lab* do Departamento de Administração da Universidade Federal de Rondônia (MCL-UNIR) em atendimento à demanda da Secretaria de Juventude, Cultura, Esporte e Lazer do Estado de Rondônia (SEJUCEL-RO).

**Autores**

Carlos André da Silva Müller, Dr. (MCL-UNIR)  
Haroldo de Sá Medeiros, Dr. (MCL-UNIR)  
Carmelia da Silva Cardoso (SEJUCEL-RO)

PORTO VELHO, 2019

## SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO.....	5
A FLOR DO MARACUJÁ.....	6
1. Considerações teóricas .....	7
2. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	7
<b>3. RESULTADOS DA PESQUISA.....</b>	<b>9</b>
3.1 Condições Socioeconômicas dos frequentadores.....	9
3.2 Nível de satisfação quanto a proposta central do Arraial Flor do Maracujá .....	11
3.3 Nível de satisfação quanto as atividades de apoio ao evento .....	13
3.3 Nível de Satisfação quanto ao marketing do Evento .....	16
3.4 Avaliação comparativa a anos anteriores .....	17
3.5 Livre declaração quanto a percepção do frequentador.....	18
4. Considerações Finais .....	19
REFERÊNCIAS.....	20

**LISTA DE FIGURAS**

Figura 1 - Frequência da idade dos respondentes da pesquisa .....	9
Figura 2- Gênero declarado do respondente .....	9
Figura 3 - Renda familiar dos respondentes .....	10
Figura 4 - Presença na Flor do Maracujá por dia .....	10
Figura 5 - Notas atribuídas ao Flor do Maracujá .....	11
Figura 6 - Nível de satisfação das atrações artísticas .....	11
Figura 7 - Nível de satisfação da qualidade dos produtos vendidos .....	12
Figura 8 - Nível de satisfação do preço dos produtos vendidos .....	12
Figura 9 - Nível de satisfação da localização da Flor do Maracujá .....	13
Figura 10 - Nível de satisfação quanto a limpeza do local .....	14
Figura 11 - Nível de satisfação quanto a iluminação do Flor do Maracujá .....	14
Figura 12 - Nível de satisfação quanto a segurança do Flor do Maracujá .....	15
Figura 13 - Nível de satisfação quanto a estrutura das arquibancadas do Flor do Maracujá.....	15
Figura 14 - Nível de satisfação quanto a infraestrutura das barracas .....	16
Figura 15 - Nível de satisfação quanto a divulgação tradicional.....	16
Figura 16 - Como você avalia a Flor do Maracujá 2019 em relação às edições dos anos anteriores? .....	17
Figura 17 - Nuvem de palavras quanto aos fatores que os consumidores MAIS gostaram .....	18
Figura 18 - Nuvem de palavras quanto aos fatores que os consumidores MENOS gostaram....	18

## APRESENTAÇÃO

Este relatório tem por finalidade apresentar os resultados sobre a satisfação dos participantes da Flor do Maracujá no ano de 2019. A pesquisa foi realizada por meio de uma parceria entre o Governo de Rondônia, representado pela Superintendência da Juventude, Cultura, Esporte e Lazer (SEJUCEL), e a Fundação Universidade Federal de Rondônia (UNIR), representada pelo Departamento Acadêmico de Administração e o grupo de pesquisa *Marketing and Consumption Lab* (MCL-UNIR).

A pesquisa foi institucionalizada por meio do Processo público SEI nº 999055844.000081/2019-68, sendo aprovada pelo conselho do Departamento Acadêmico de Administração da UNIR. A parceria entre a SEJUCEL e a UNIR não envolveu transferências de recursos financeiros entre as instituições ou entre os colaboradores que desenvolveram a pesquisa.

A fim de incentivar os respondentes, a SEJUCEL criou um sorteio, premiando com R\$500,00 (quinhentos reais) um dos respondentes. Esse sorteio ocorreu no dia 17 de agosto de 2019 por meio do Concurso 5415 da Loteria Federal realizado pela Caixa Econômica Federal, conforme pode ser visto no site <<http://www.marketinglab.unir.br/noticia/exibir/8007>>.

Dessa forma, todas as etapas de desenvolvimento da pesquisa foram realizadas entre os dias 31 de julho de 2019 a 16 de agosto de 2019, cabendo a apresentação dos resultados neste documento, bem como a apresentação do histórico do evento Flor do Maracujá e dos procedimentos metodológicos adotados pelos pesquisadores.

## O ARRAIAL FLOR DO MARACUJÁ

No cenário folclórico de Porto Velho desde os anos 1980, quando iniciou em quadras esportivas escolares, o Arraial Flor do Maracujá se completa com o boi-bumbá, tradicional desde 1920. O nome Flor do Maracujá homenageia uma das primeiras quadrilhas de que se tem notícia em Porto Velho. Foi organizada pelo ex-vereador e presidente da Câmara Municipal Joventino Ferreira Filho, morador no Bairro do Triângulo desde a década de 1950.

Até 1981, o governo do extinto Território Federal de Rondônia apoiava apresentações que ocorriam nas quadrilhas juninas e em agosto. As escolas Barão do Rio Branco, Carmela Dutra, Duque de Caxias promoviam seus arraiais. Até 1989, quadrilhas juninas recebiam troféus de participação pela dança. Somente o primeiro, segundo e terceiro colocados dos bois tinham direito a esse prêmio. Um ano depois começaram os concursos de bois e quadrilhas.

A Mostra de Quadrilhas e Bois-Bumbás faz parte do calendário turístico oficial de Rondônia. Em 2014, quando aconteceu a histórica enchente no rio Madeira, o Estado passou a coordenação do arraial para a Federação de Quadrilhas e Bois-Bumbás de Rondônia (Federon), na época foi assinado um decreto onde o governo não poderia realizar nenhum tipo de evento por conta dos gastos com as comunidades atingidas pelas águas do rio.

Em 2019, o governo do Rondônia volta a assumir a coordenação do evento e pretende resgatar a cultura e folclore rondoniense por meio da tradicional festa.

Fonte: Governo de Rondônia (2019), disponível em:<<http://www.rondonia.ro.gov.br/arraial-flor-do-maracuja-cresceu-nas-quadras-escolares-e-mantem-viva-a-tradicao-do-boi-bumba-que-vem-de-1920-em-porto-velho/>>.

## 1. Considerações teóricas

As pesquisas de satisfação são antigas aliadas dos profissionais de marketing e buscam compreender o comportamento de clientes e usuários de produtos e serviços de diversos tipos de organizações. Sua aplicação pode abranger aspectos qualitativos e quantitativos para analisar como as pessoas se sentem após o momento do consumo.

Mesmo sendo um tipo comum de pesquisa que é tradicionalmente realizada por organizações públicas e privadas como uma ferramenta de gestão de relacionamento com os clientes, verifica-se que há um empirismo intuitivo em suas construções e aplicações, desconsiderando elementos teóricos e metodológicos pertinentes a um bom planejamento investigativo científico, fato que finda por limitar as análises.

Para sanar essas limitações comuns às pesquisas de satisfação, primeiramente buscou-se definir o que é satisfação. Utilizou-se a definição de Kotler (2000), que diz “satisfação consiste na sensação de prazer ou desapontamento resultante da comparação do desempenho ou resultado percebido de um produto em relação às expectativas do comprador”.

Dessa forma, ao extrapolar tal definição para uma aplicação no Arraial Flor do Maracujá 2019, pode-se afirmar que a satisfação dos participantes decorre da relação entre expectativa e realidade. Ou seja, os resultados desta pesquisa irão mostrar o prazer ou o desapontamento oriundo da comparação entre o que esperavam e o que tiveram, de fato e de acordo com o entendimento individual.

Sob a perspectiva metodológica, o uso de pesquisas de satisfação é fundamental para se captar a voz do cliente, em termos do que ela oferece ao mercado e o que é esperado. Um aspecto de destaque dentro das pesquisas de satisfação é poder identificar quais itens dentro de uma dimensão merecem maior atenção, através da análise da importância. Uma das formas é analisá-la de maneira direta, solicitando ao respondente a indicação de um nível de importância para os mesmos itens avaliados para a satisfação (LARENTIS; GIACOMELLO; CAMARGO, 2012).

Para realizar essa avaliação, utilizam-se variáveis observáveis associadas a métricas ou qualidades, de modo que os clientes ou usuários respondentes possam relevar seus sentimentos de forma organizada, facilitando a compreensão dos responsáveis pela análise e auxiliando os tomadores de decisão das organizações (VIEIRA, 2011).

## 2. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A metodologia adotada envolve procedimentos descritivos e qualitativos. Para Malhotra (2011), os procedimentos descritivos são aqueles que buscam descrever as características de um fenômeno, de modo que os dados são coletados de forma estruturada com o intuito de inferir generalizações. Enquanto, os procedimentos qualitativos têm por objetivo permitir uma melhor visão sobre um problema, fornecendo uma percepção clara antes ou após um fato, porém com o emprego de estatística qualitativa.

O enquadramento descritivo adotado na pesquisa se justifica no próprio objetivo deste relatório, que é o de apresentar os resultados da satisfação dos participantes do Arraial Flor do

Maracujá 2019. Tal apresentação envolve a descrição dos elementos que formam o construto “satisfação”. Esses elementos, previamente aprovados por integrantes da SEJUCEL antes da coleta, foram dispostos em um instrumento de coleta por meio de variáveis nominais, cabendo ao seu uso o enquadramento qualitativo dos procedimentos.

Para a construção do instrumento de coleta, que foi um questionário *online* disponibilizado via Google Forms, foram utilizadas uma apresentação para os respondentes e mais 13 perguntas (veja o Apêndice 1). A apresentação teve por objetivo sensibilizar os pesquisados quanto ao conteúdo do instrumento, enquanto as perguntas objetivaram coletas os dados, de fato.

A primeira pergunta indicava a necessidade de escrever o número da ficha de divulgação do questionário que os respondentes receberam durante o evento, pois assim poderiam participar do sorteio descrito na apresentação deste documento. A segunda pergunta tratou dos dias em que o evento foi visitado, enquanto a terceira questão solicitava uma nota geral para o evento.

A quarta questão pedia que indicassem o nível de satisfação quanto aos seguintes elementos: atrações artísticas, localização do evento, limpeza do evento, iluminação do local, segurança, estrutura das arquibancadas, infraestrutura, qualidade dos produtos, preços dos produtos, divulgação do evento na TV e rádio, bem como divulgação do evento nas redes sociais Facebook e Instagram. Todos os elementos foram avaliados com o emprego de uma escala tipo *likert* de cinco pontos, variando de 1 - ótimo, 2 – bom, 3 – regular, 4 - ruim a 5 - péssimo.

A quinta pergunta solicitava aos respondentes que comparassem a edição 2019 da Flor do Maracujá com as anteriores, sendo isto feito também com o uso da escala tipo *likert* com cinco pontos, porém, para o caso de pessoas que nunca houvessem ido ao evento, havia um campo com a frase “não participei de outras edições da Flor do Maracujá”, permitindo aos novos participantes que pudessem responder ao questionário sem dificuldades.

A sexta pergunta solicitava aos respondentes que dissessem o que a edição de 2019 teve de melhor, enquanto a sétima pergunta solicitava que dissessem o que a edição 2019 teve de pior. A oitava pergunta tratou da idade dos respondentes, a nona de gênero e a décima de renda familiar. A décima primeira, décima segunda e décima terceira solicitavam o nome completo, e-mail e telefone, respectivamente.

A amostra de respondentes foi composta de 248 indivíduos, um número considerado satisfatório em termos de robustez de análise.

Os procedimentos de análise adotados envolvem a frequência relativa e a nuvem de palavras. A frequência relativa é o quociente dado entre a frequência absoluta de cada variável e a soma das frequências, sendo apresentada neste relatório por meio de percentuais. Enquanto, a nuvem de palavras é um recurso gráfico utilizado para identificar os termos mais utilizados em um texto.

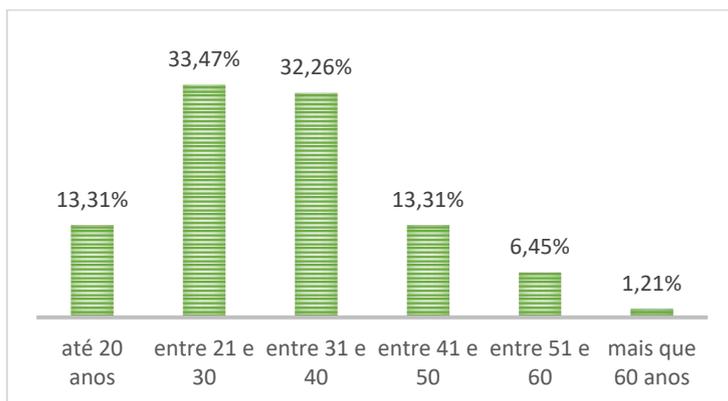
Para a elaboração desses procedimentos foram utilizados os softwares Microsoft Excel e Atlas.ti.

### 3. RESULTADOS DA PESQUISA

#### 3.1 Condições Socioeconômicas dos frequentadores

Para análise das condições socioeconômicas dos frequentadores do Arraial Flor do Maracujá, considerou-se a idade, o gênero declarado e a renda dos frequentadores. A idade dos predominante dos respondentes girou entre 21 a 40 anos, conforme pode ser visto na Figura 1.

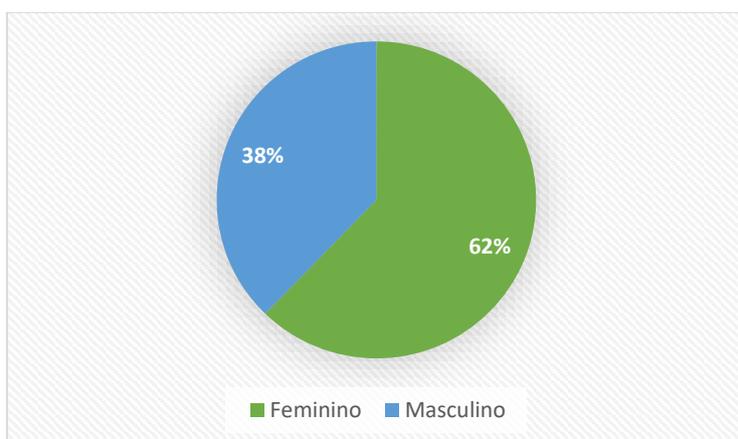
**Figura 1 - Frequência da idade dos respondentes da pesquisa**



As frequências dessas faixas representam mais de 65% do total de respondentes a essa pesquisa. No geral, identifica-se um público jovem como frequentador do Arraial. Apesar disso, mais de 20% dos respondentes possuem 41 anos de idade ou mais, representando parte significativa do público do evento.

Quanto ao gênero declarado, conforme a Figura 2, a maioria foi de respondentes é do gênero feminino, correspondendo a 62% da frequência.

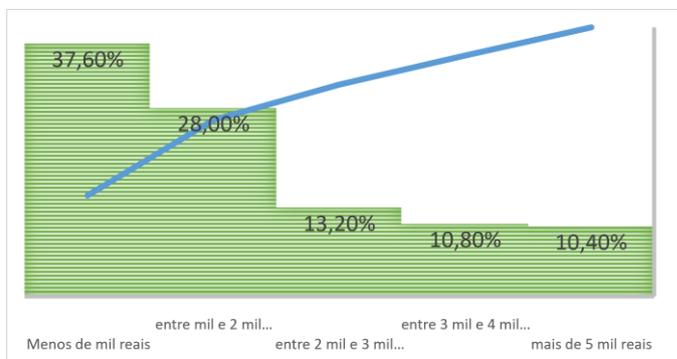
**Figura 2- Gênero declarado do respondente**



Destaca-se, a partir da Figura 3, o aspecto social e democrático do Arraial Flor do Maracujá. Já se sabe o quanto as comunidades de bairro se envolvem para realização do evento,

uma vez que diversos grupos folclóricos como bois-bumbás e quadrilhas se apresentam durante as noites. Neste sentido, os respondentes dessa pesquisa reforçam este caráter.

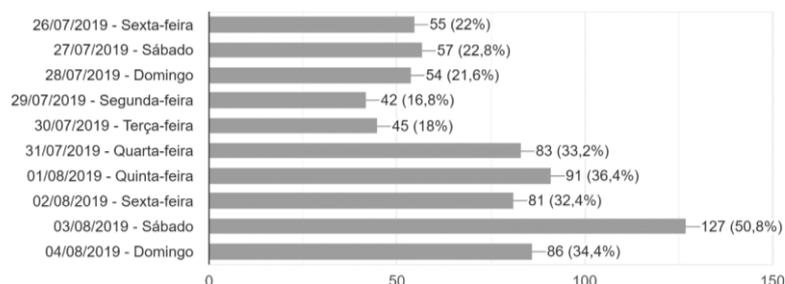
**Figura 3 - Renda familiar dos respondentes**



Vê-se que mais de 65% dos respondentes possuem renda familiar inferior a R\$2.000,00 (dois mil reais), enquanto 24% possui renda entre R\$2.000,00 (dois mil reais) e R\$4.000,00 (quatro mil reais) e apenas pouco mais de 10% possui renda superior a R\$5.000,00 (cinco mil reais). Nenhum respondente declarou ter renda entre R\$4.000,00 (quatro mil reais) e R\$5.000,00 (cinco mil reais).

Verifica-se, a partir da Figura 4, a predominância de visitação nos últimos cinco dias do Arraial Flor do Maracujá. Dos dias 26 de julho a 30 de julho, as frequências variaram de 16,8% a 22,8%, enquanto a variação de 31 de julho a 04 de agosto foi de 32,4% a 50,8%, sendo sábado, dia 03 de agosto, o dia mais visitado.

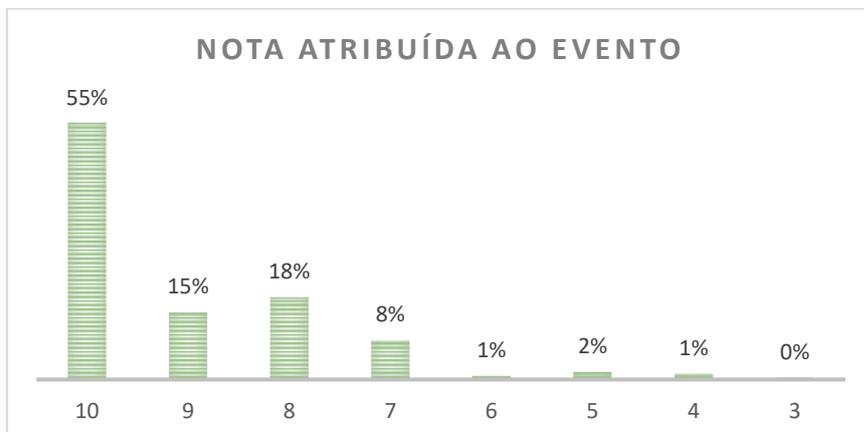
**Figura 4 - Presença na Flor do Maracujá por dia**



Este tipo de comportamento da visitação pode indicar alguns aspectos. O primeiro se refere às atrações, que podem ter chamado mais a atenção do público para os últimos cinco dias. O segundo pode estar relacionado ao aumento do poder aquisitivo na primeira semana de cada mês, influenciando na dinâmica dos gastos familiares. Ou ainda, algum fator ligado à divulgação do evento, que culminou no aumento de participação dos respondentes.

A primeira pergunta diretamente sobre a satisfação do Arraial Flor do Maracujá foi "qual a sua nota geral para a Flor do Maracujá 2019?", sendo utilizada uma escala de dez pontos, sendo 0 uma avaliação péssima e 10 uma avaliação excelente. Como pode ser visto na Figura 5, mais de 95% dos respondentes atribui uma avaliação igual ou superior a sete, sendo a nota 10 atribuída por 55% da frequência.

**Figura 5 - Notas atribuídas ao Flor do Maracujá**

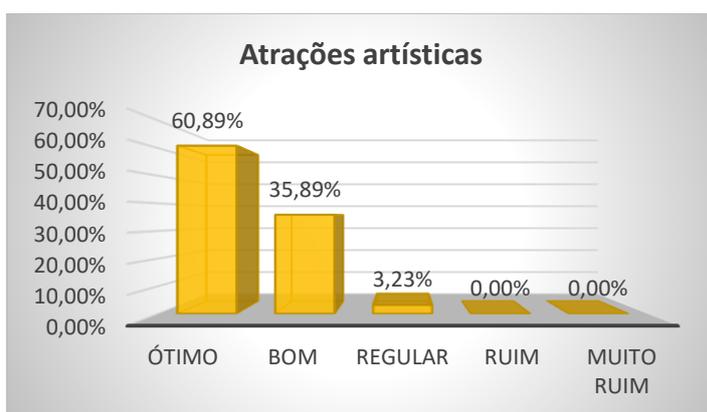


Isso demonstra uma percepção bastante positiva em relação ao evento no ano de 2019, tendo em vista que isso corrobora os resultados relacionados à itens específicos, como as atrações artísticas, localização do evento, limpeza, iluminação, entre outros, que veremos na sequência.

### 3.2 Nível de satisfação quanto a proposta central do Arraial Flor do Maracujá

Definimos como proposta central os serviços de entretenimento principais oferecidos pelo Arraial Flor do Maracujá quais sejam: Atrações artísticas (bois-bumbás, quadrilhas juninas e duelo tribal), e produtos de alimentação e serviços. A figura 6 mostra a distribuição de frequência quanto as atrações.

**Figura 6 - Nível de satisfação das atrações artísticas**

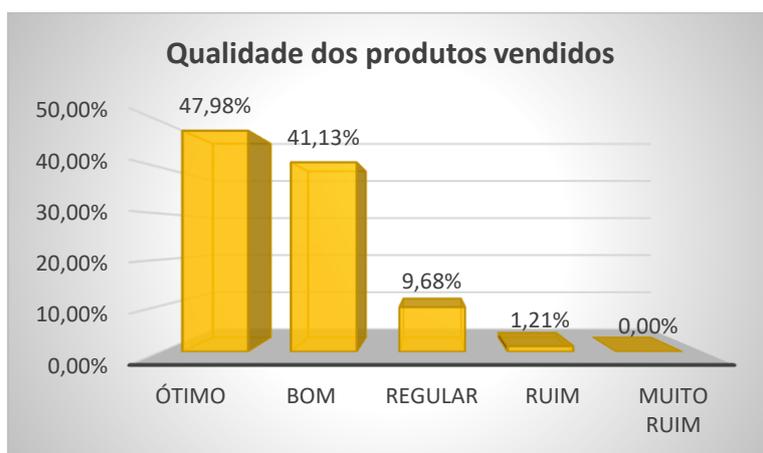


Observa-se que 60% dos pesquisados classificaram as atrações artísticas como ótimos e 35% como bons. De forma geral, mais de 95% dos frequentadores aprovaram as atrações, isto é, os bois-bumbás e quadrilhas juninas. Esta aprovação demonstra uma grande satisfação no que se refere ao principal motivo de o Arraial Flor do Maracujá existir.

Certamente, um outro serviço bastante apreciado pelos frequentadores do Arraial Flor do Maracujá são as alimentações ofertadas no local do evento. Neste sentido, é importante destacar a inovação por parte da SEJUCEL, como realizador do evento, que, diferente de eventos anteriores, decidiu por não cobrar pelas barracas, tendo como contrapartida por parte dos comerciantes, praticarem preços tabelados em níveis inferiores em relação a edições anteriores.

Para fins de análise dessa proposta da SEJUCEL, questionamos sobre o nível de satisfação tanto sobre a qualidade quanto sobre os preços praticados. E como é possível ver em seguida ambos foram aprovados pelos frequentadores.

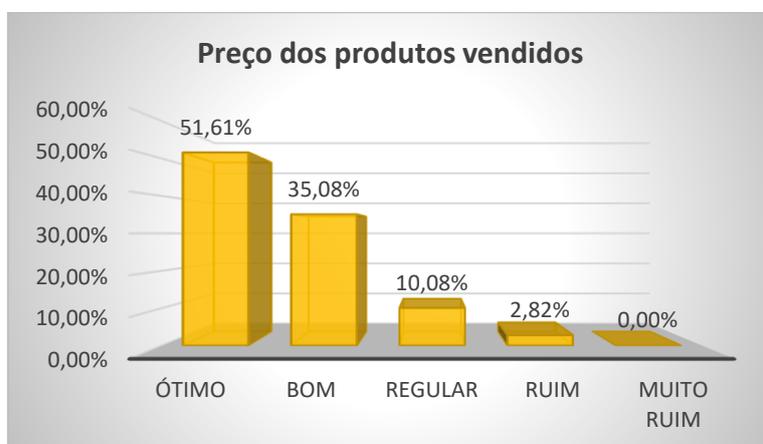
**Figura 7 - Nível de satisfação da qualidade dos produtos vendidos**



Na figura 7, é possível verificar que praticamente 50% dos pesquisados consideraram a qualidade do produto ótimo e 41% bom, resultando em uma inovação que girou em torno de 90% dos respondentes, sendo apenas, em torno de 10% como regular ou ruim.

Quanto aos preços praticados, também o resultado geral indica satisfação dos frequentadores, conforme figura 8.

**Figura 8 - Nível de satisfação do preço dos produtos vendidos**



De acordo com a figura 8, mais de 85% dos pesquisados avaliaram que os preços praticados foram ótimos ou bons. Esse resultado demonstra que política de preços praticada pela

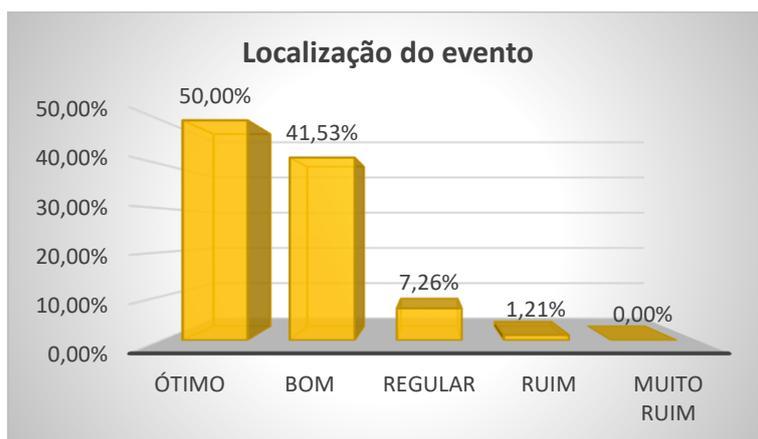
SEJUCEL foi exitosa. De fato, a política foi tão exitosa que neste formulário de pesquisa os respondentes destacaram em espaço destinado a comentários gerais sobre o que mais gostou do Arraial, como se verá mais afrente, no item 3.5.

### 3.2 Nível de satisfação quanto as atividades de apoio ao evento

Muito embora as atividades principais são determinantes da satisfação dos frequentadores do Arraial Flor do Maracujá, as atividades de apoio ao evento como localização, limpeza, iluminação e segurança não podem ser negligenciados.

Teorias de marketing apontam a importância dessas atividades como determinantes da satisfação, uma vez que, por exemplo, uma sensação de insegurança é capaz de afetar todos os demais itens. O contrário também pode ser verdadeiro. Isto é, os frequentadores podem gostar tanto de um evento que se tornam tolerantes a suas insatisfações. Claramente, esse caso está presente na Figura 9.

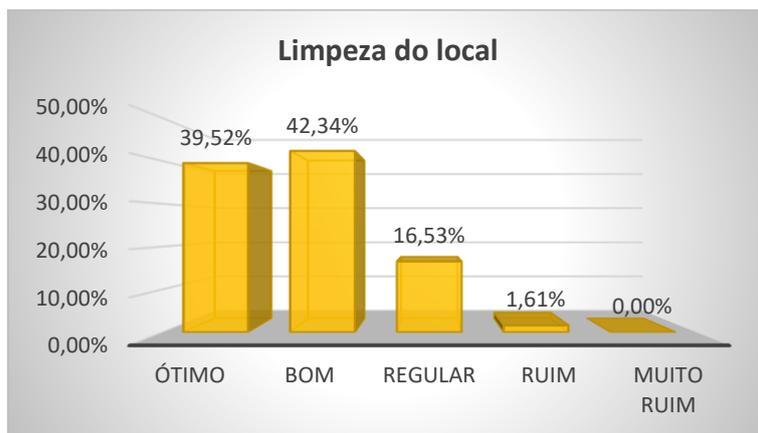
**Figura 9 - Nível de satisfação da localização da Flor do Maracujá**



Conforme os respondentes, 50% dos respondentes consideraram a localização do Arraial ótima, na medida em que 41% considerou boa. Como dito, aqui parece haver uma tolerância à localização, pois o Parque dos Tanques, espaço pertencente ao Estado onde se instalou o Arraial Flor do Maracujá, é um espaço com poucos acessos de entrada e de saída, e um evento de grande porte sempre acarreta dificuldades de acesso e de estacionamento.

Essa conclusão decorre do confronto entre esse resultado com a parte deste questionário onde livremente o respondente poderia informar o que ele menos gostou (item 3.5), momento em que o estacionamento está destacado como uma das maiores críticas.

Quanto a limpeza local, embora de uma forma geral pode ser classificado como um bom resultado, esteve entre os menores níveis de satisfação, quando se compara com os demais conforme pode ser visto na figura 10.

**Figura 10 - Nível de satisfação quanto a limpeza do local**

Este é um dos poucos níveis de satisfação em que o bom (42%) supera o ótimo (39%), assim como é aquele em que nível de satisfação regular tem a maior frequência (16%). Sabe-se que boa parte do espaço não é asfaltado, o que afetou negativamente o resultado acima. Por outro lado, vale destacar que os servidores da SEJUCEL estiveram trabalhando para mitigar insatisfações, como por exemplo, nos primeiros dias ajustaram quantidade e disposição de lixeiras no evento, e deve ter concorrido para melhora a conceituação disponível na Figura 10.

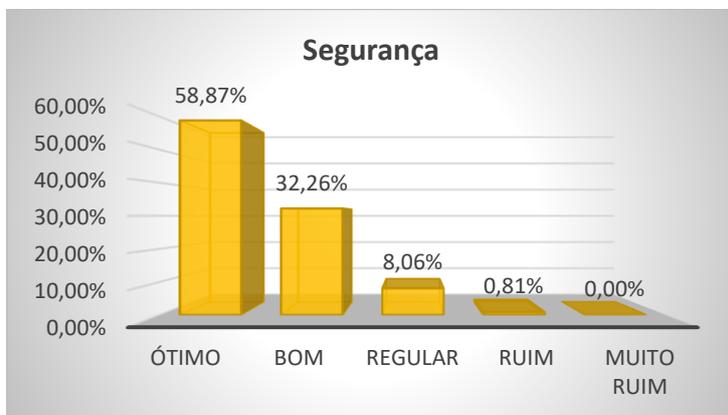
A mesma ação foi possível ser visto na iluminação. Nos primeiros dias de evento, houve esforços da equipe promotora do evento em ajustar a iluminação do Arraial Flor do Maracujá. *In loco*, foi possível perceber que a iluminação favorecia uma boa visão de todo o complexo do evento. Havia uma menor iluminação na área dos brinquedos, mas nada que não afetasse significativamente a avaliação, conforme Figura 11.

**Figura 11 - Nível de satisfação quanto a iluminação do Flor do Maracujá**

Os resultados dispostos na figura 11 mostram que mais de 88% dos respondentes classificaram a iluminação ótima ou boa. Acrescenta-se que, embora não se possa comparar com outras pesquisas porque nunca houve pesquisas anteriores, a iluminação sempre fora um ponto fraco deste evento em edições anteriores. Para chegar nessa conclusão, incidentalmente por oportunidade, os pesquisadores conversavam com os frequentadores, os quais alguns demonstraram admiração neste quesito de forma recorrente.

Definitivamente a segurança foi o mais bem avaliado serviço de apoio em termos de satisfação do Arraial flor do maracujá, conforme figura 12.

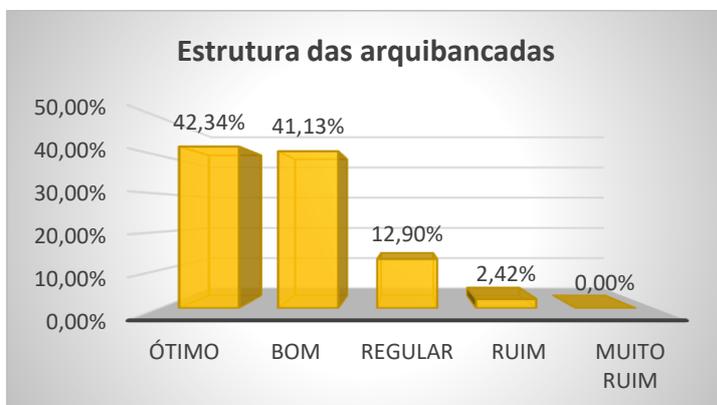
**Figura 12 - Nível de satisfação quanto a segurança do Flor do Maracujá**



A figura 12 mostra que praticamente 59% dos frequentadores entenderam como ótima a percepção de segurança (o maior entre os serviços de apoio), na medida em que 32% entenderam como bom, apenas 8% o classificaram como regular e nem 1%, como ruim. Em geral, há sempre uma expectativa de que eventos populares poder haver situações de desordem ou de crimes de pequena ordem. No entanto, a presença massiva do polícia militar, seguranças particulares e bombeiros (relato dos frequentadores) impactaram positivamente neste resultado.

A estrutura das arquibancadas e a infraestrutura das barracas foram também classificadas como serviços de apoio. A figura 13 indica o nível de satisfação das estruturas das arquibancadas. Embora não é possível dizer que não haja satisfação, uma vez que 83% dos respondentes classificaram como excelente ou bom, quando comparamos com os demais resultados, vemos que a satisfação é inferior às demais. No entanto, nada preocupante.

**Figura 13 - Nível de satisfação quanto a estrutura das arquibancadas do Flor do Maracujá**

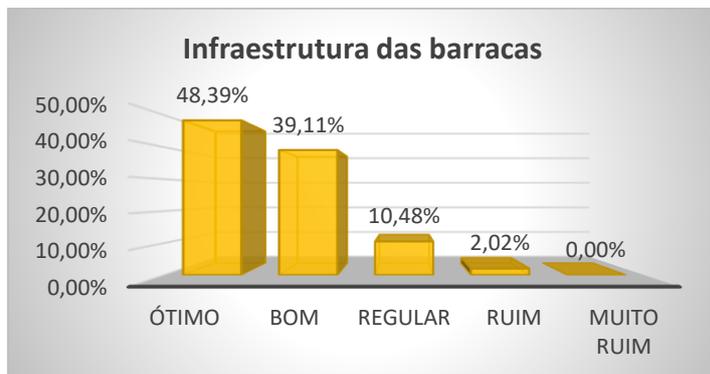


Destaca-se que a estrutura é montada exclusivamente para a realização do evento, esse caráter temporário pode ser um dos motivos que a avaliação não tenha sido melhor. No

entanto, salientamos mais uma vez. Essa análise somente pode ser feita em comparação com os demais, pois o resultado geral não pode ser considerado fraco.

Por fim, quanto a infraestrutura das barracas, praticamente 49% dos respondentes atribuíram conceito ótimo, 39% acharam bom, mais de 10% regular e 2% ruim.

**Figura 14 - Nível de satisfação quanto a infraestrutura das barracas**



Destaca-se, neste item, a disposição das barracas no evento, que favoreceram a boa visualização dos comerciantes, a quantidade de mesas e cadeiras que promoveram conforto ao frequentador.

### 3.3 Nível de Satisfação quanto ao marketing do Evento

Ao que se refere ao marketing do Arraial Flor do Maracujá, questionamos sobre as formas tradicionais de divulgação do evento e as divulgações em mídias sociais. Não foi possível chegar a uma conclusão, porque muito embora houve mais respondentes considerando a divulgação em mídias sociais como ótimo – 56% frente aos 52% da mídia tradicional – a mídia tradicional tem maior número de respondentes nos estratos bom e regular.

**Figura 15 - Nível de satisfação quanto a divulgação tradicional**



Destaca-se como positivo neste quesito, a transmissão das atrações artísticas do Flor do Maracujá no Facebook o que certamente é uma inovação para divulgação do evento.

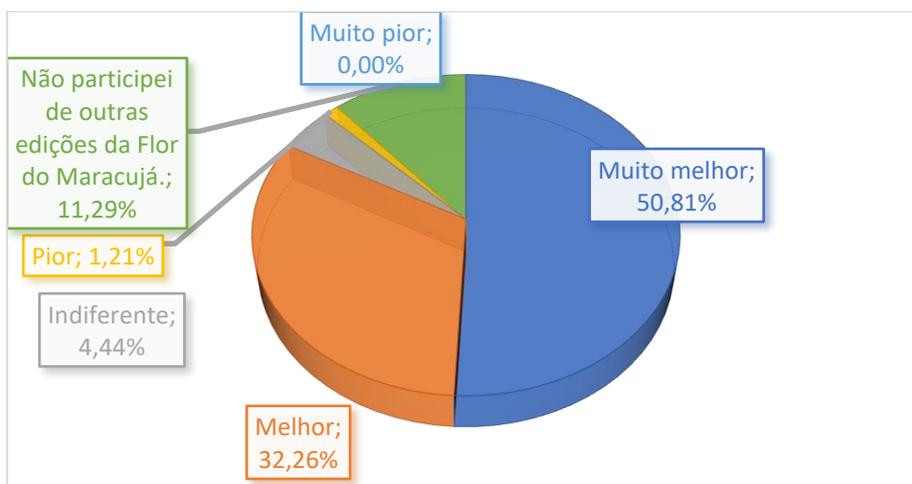
Para melhor compreender como as ações de marketing atingiram os frequentadores do Arraial, é interessante realização de outras abordagens mercadológicas, geralmente aquelas que vem após a pesquisa de mercado. A sugestão é a realização de grupos focais com respondentes, quando é possível capturar outras variáveis que a pesquisa de satisfação tradicional não atinge.

### 3.4 Avaliação comparativa a anos anteriores

Uma das questões mais importantes nesta pesquisa foi compreender como os frequentadores avaliam esta edição do Arraial Flor do Maracujá em relação a edições anteriores, por entender que os esforços necessariamente deveriam ser despendidos para se ter uma organização do Evento como poucas vezes ocorreram.

A figura 16 é o resultado do trabalho realizado.

**Figura 16 - Como você avalia a Flor do Maracujá 2019 em relação às edições dos anos anteriores?**



Como pode ser visto, mais de 50% dos respondentes entenderam que o Arraial Flor do Maracujá foi muito melhor do que as edições anteriores, na medida em que mais de 32% entendem que foi melhor. Isso representa um total de mais de 83%. Entre os indiferentes ou que consideraram pior o percentual foi de um pouco mais de 5%. Nenhum respondente informou que o evento foi muito pior e mais de 11% dos informantes disseram que não poderiam avaliar por ser a primeira vez que frequenta o Evento.

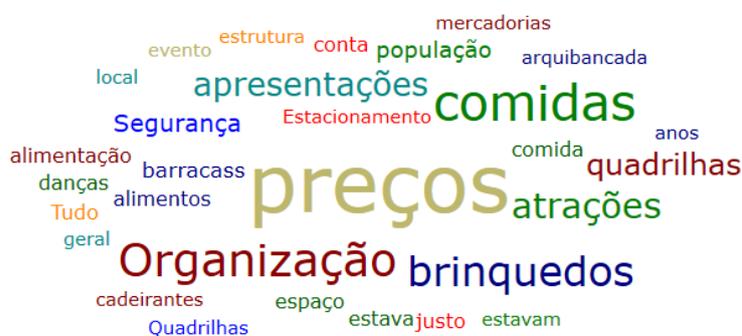
Este resultado demonstra sucesso das ações da SEJUCEL quanto a realização do Arraial Flor do Maracujá. Conclui-se desta forma decorrente deste resultado, bem como dos mais de 55% dos respondentes que no início desta pesquisa, na Figura 5, atribuíram nota 10 ao evento.

### 3.5 Livre declaração quanto a percepção do frequentador

Para concluir esta pesquisa de satisfação, deixamos dois campos abertos para os respondentes livremente objetarem sobre aquilo que mais gostaram do Arraial Flor do Maracujá e aquilo que menos gostaram. Importante salientar que este campo era opcional, ou seja, caso desejassem os respondentes poderiam simplesmente não os preencher. Mesmo assim, mais de 72% dos respondentes decidiram por deixar seus comentários.

Para visualizar os resultados, colocamos as palavras mais frequentes em uma nuvem de palavras. Na figura 17, temos a nuvem de palavras daquilo que os respondentes mais gostaram do Arraial Flor do Maracujá.

**Figura 17 - Nuvem de palavras quanto aos fatores que os consumidores MAIS gostaram**



Claramente os preços dos produtos comercializados ganharam destaque como o mais citado entre aquilo que os frequentadores mais gostaram, ou mais os surpreenderam. Verifica-se também posição de destaque da organização em geral e atrações. Essa nuvem de palavras de fato mostra que os principais objetivos da SEJUCEL foram atingidos no evento.

A figura 18 por outro lado apresenta a nuvem de palavras correspondente aos fatores que os respondentes menos gostaram.

**Figura 18 - Nuvem de palavras quanto aos fatores que os consumidores MENOS gostaram**



Curioso neste resultado é que a frequência mais encontrada foi a palavra “nada”, isto é, muitos respondentes gostaram tanto do Arraial que optaram por informar que gostaram realmente de tudo no Evento. Destaca-se aqui que o estacionamento, brinquedos e poeira foram indicados como aspectos negativos do evento. Certamente, são questões de deverão ser revistas para edições posteriores.

Cabe aqui destacar que os frequentadores se sensibilizaram quanto ao falecimento do integrante da Quadrilha Estrela do Norte Rafael Santiago, o qual teve parada cardíaca durante o evento, apesar de todas as ações em socorro ter sido despendidas. Para mitigar fatalidades como essas, sugere-se campanhas de sensibilização quanto alimentação, forma física e visitação médica preventiva para brincantes, o que pode ser realizado pela Associação que os representa.

#### **4. Considerações Finais**

O Arraial Flor do Maracujá em sua edição 2019 teve grandes mudanças em relação aos anos anteriores. Em virtude de problemas de ordem administrativa, o Estado, por meio da SEJUCEL, deixou de ser mero apoiador do Evento e retornou a ser o realizador principal do Evento. Essa mudança impôs desafios a um governo recém-eleito em um processo de aprendizagem operacionais o que, certamente, gerou grande desconforto a equipe da Superintendência responsável.

No entanto, a sua realização pode ser considerada exitosa, pois os frequentadores reconheceram o empenho na organização geral, no esforço em conter preços abusivos e criar condições para que as duas principais atrações fossem brindadas: a sociedade rondoniense e os brincantes. São os dados que mostram. Não houve qualquer indicador de nível de satisfação em que somados os estratos muito bom e bom fosse inferior a 80%; mais de 55% dos respondentes atribuíram nota 10 ao Arraial Flor do Maracujá e mais de 50% entenderam que o evento é muito superior às edições anteriores.

O Arraial Flor do Maracujá foi um sucesso!

Destacamos como desafios para edições posteriores, melhores condições de acesso ao evento, bem como estacionamento. Condições de limpeza em geral é sempre um desafio logístico que deve ser bem trabalhado, pelo fato de ser um evento público. Soma-se isso a poeira decorrente de parte do complexo estar no chão. Esta pesquisa entende que essas devam ser as metas a serem perseguidas, bem como replicar todas as ações de sucesso.

Por fim, sugere-se a realização de grupos focais para compreender com mais profundidade o pensamento dos frequentadores sobre o evento. Esse tipo de pesquisa é comumente usado pelo setor de marketing para compreender o pensamento do consumidor e ter novas ideias no desenvolvimento de produtos. Perfeitamente aplicado a eventos como o Arraial Flor do Maracujá.

**REFERÊNCIAS**

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**. 10ª ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

LARENTIS, Fabiano; GIACOMELLO, Cíntia Paese; CAMARGO, Maria Emília. Análise da importância em pesquisas de satisfação através da regressão múltipla: estudo do efeito de diferentes pontos de escala. **Análise—Revista de Administração da PUCRS**, v. 23, n. 3, p. 258-269, 2012.

VIEIRA, Valter Afonso. **Escalas em marketing**. 1ª ed. São Paulo: Atlas, 2011.