

CARACTERIZAÇÃO DO VISITANTE DA FESTA NACIONAL DO DOCE - FENADOCE/2015 – PELOTAS/RS

Natália Steigleder Garcia

Andyara Lima Barbosa

Artur Roberto Vaz Gonçalves

RESUMO: Este artigo apresenta os resultados da pesquisa feita entre os dias 27 de maio a 14 de junho de 2015, período de realização da 23ª edição da Festa Nacional do Doce na cidade de Pelotas/RS. A pesquisa teve como principal objetivo traçar o perfil do visitante do evento e, para tanto, valeu-se de metodologia de pesquisa de natureza quali-quantitativa e nos permitiu constatar que os visitantes da FENADOCE 2015 foram, em sua maioria, do sexo feminino, da própria cidade de Pelotas e que recebem até três salários mínimos, entre outros atributos expostos neste artigo. Com isto, espera-se conhecer melhor as características do público frequentador do evento e subsidiar mudanças e a tomadas de decisões.

Palavras-chave: Pesquisa; Caracterização, Visitante; FENADOCE.

ABSTRACT: This article presents the results of research made between May, 27 to June 14, 2015, during the 23rd edition of the Feira Nacional do Doce (or National Sweet Party) in the city of Pelotas / RS. The research aim to trace the event 's visitor profile and, therefore, the research methodology was of qualitative and quantitative nature and allowed us to see that 2015 FENADOCE's visitors were mostly female, residents of Pelotas and receive up to three minimum wages, among other attributes exposed in this article. With this, we expect to know better the characteristics of the public of the event to support changes and decision making.

Keywords: Research; Characterization; Visitor; FENADOCE.

INTRODUÇÃO

Evento é todo acontecimento previamente organizado por especialistas com algum objetivo, seja esse objetivo institucional, promocional ou social, podendo ser classificado em diversos tipos de acordo com as suas características e peculiaridades. Nos dias atuais torna-se cada vez mais comum a existência de variados eventos como feiras e exposições, tanto de lazer como de negócios, que trazem muitos visitantes às comunidades receptoras. O Turismo pode e deve se beneficiar destes acontecimentos, pois além da trazer benefícios econômicos para a localidade, estes eventos podem ser utilizados para a divulgação de atrativos naturais e culturais nas redondezas. Em tese, o evento deve ser bom para todos:

para os expositores, deve trazer um bom retorno econômico; para os visitantes, deve proporcionar satisfação, espaços de interação e conhecimento de novas pessoas e culturas; para a comunidade receptora, deve deixar como legado tanto valores monetários quanto valores culturais, assim como ajudar na preservação dos seus costumes.

Em eventos, assim como em outros setores, as pesquisas envolvendo o perfil do visitante são cada vez mais importantes para os profissionais entenderem como atrair e manter o público, sempre levando em conta às peculiaridades de cada evento e local. Através da caracterização podemos oferecer ao visitante o que ele espera, já que um dos principais objetivos dos eventos de lazer é proporcionar momentos de fruição e divulgar o município que o organiza, além de trazer benefícios econômicos e outros legados. Sendo assim, é importante que as organizações invistam na compilação de informações e montagem de bancos de dados estatísticos sobre o público encontrado nos eventos e o que ele espera, valendo-se de pesquisas diretas e coleta de dados dos usuários dos meios de hospedagem, terminais de transporte, eventos e atrativos turísticos. (Ministério do Turismo, 2009).

Como evento de lazer, a FENADOCE é um dos maiores eventos do Rio Grande do Sul. Teve seu começo no ano de 1986, sendo realizada a cada dois anos e em locais diferentes da cidade. Em 1988, virou um evento anual e ganhou um endereço próprio: o Centro de Eventos FENADOCE. A festa conta com atrativos variados para agradar diferentes tipos de público: desde as tradicionais docerias até parque de diversão, feira com mais de 300 estandes de comércio em geral, cinema 6D e praça de alimentação. Conta também, com um espaço chamado “Cidade do Doce”, um ambiente diferenciado com oferta variada de doçaria e onde os doces em calda e em pasta são ali produzidos e vendidos. A FENADOCE é um evento que integra gastronomia, comércio, lazer e entretenimento, o que a torna um polo atrativo de visitantes vindos de outras localidades. Apesar de muito conhecida pelos tradicionais doces pelotenses, geleias e produtos caseiros, a festa busca se modernizar e incorporar atrativos variados ao seu parque de exposições, visando à satisfação dos visitantes em geral. Durante a edição de 2015 ocorreram, juntamente com o evento, o Festival de Gastronomia FENADOCE (com foco na culinária local e

regional), a Festival Doce Cultura (que trouxe mais de 500 apresentações culturais para o parque), o Museu Itinerante do Videogame e foi o primeiro ano do Projeto FENADOCE Digital (com a criação de um aplicativo e jogos do evento).

Segundo Buendia (1996), Cesca (1997), Meirelles (1999), Myamoto (1987), Nichols (1989) e Viana (2004), as classificações que o evento recebe estão divididas por conta do seu: caráter – formal e informal, tamanho, acesso, lócus ou localização, objetivos, escopo¹, funcionamento, *timing* ou frequência de realização, participantes e quanto à área ou natureza. Desta forma e a partir destes autores, podemos tecnicamente, caracterizar a Festa Nacional do Doce classificando-a² tanto como um evento informal como formal, pois a festa recebe autoridades em sua solenidade de abertura. Em termos de tamanho, seria classificada como um mega evento, um razão do grande número de público que a visita e é considerada um evento de lócus nacional.

Pode ser classificada como um evento aberto, pois é acessível a todos mediante pagamento de ingresso e um evento de massa destinado ao grande público e de nicho dirigido, pois a 23ª edição foi voltada para mais de um público do mesmo setor, haja vista a realização do Festival Gastronômico com variada programação técnica. A Festa quanto ao funcionamento, é considerada um evento de contemplação e assistência, oferecendo também oportunidades de participação e interação, como o Museu do Vídeo Game ou no Festival Gastronômico presentes nessa edição. Quanto à frequência de realização a festa é permanente-periódica.

Além destes enquadramentos teóricos, com relação à área ou natureza, é possível afirmar que a FENADOCE é um evento artístico-cultural, gastronômico e técnico científico, devido ao Festival Gastronômico e as apresentações que ocorreram durante o Festival Doce Cultura. Com relação aos frequentadores, pode ser dito preliminarmente, que o evento é, em sua maioria, não turístico, o que será evidenciado nos resultados da pesquisa.

Podemos dizer também, que a FENADOCE funciona como um espaço de lazer para a comunidade, um atrativo para turistas, uma fonte geradora de renda

¹ Escopo: refere-se ao foco (alvo/mira) de destinação do evento.

² Lembrando que as classificações dos eventos em tipos e subtipos, não são excludentes.

para os expositores e como forma de divulgação do município e da região e, sendo assim, é necessário que seja priorizada a satisfação dos seus visitantes.

Neste sentido, esta pesquisa foi elaborada com o objetivo de traçar o perfil do visitante do evento – idade, sexo, ocupação, grau de instrução, grupo de renda, tempo de permanência, gastos na festa, meio de transporte utilizado, número de acompanhantes e como tomou conhecimento do evento. Para tanto, os trabalhos de campo foram realizados por onze acadêmicos do curso Bacharelado em Turismo, durante as duas semanas do evento (no período de 27 de maio a 14 de junho de 2015). Foram realizadas 20 entrevistas nas segundas-feiras e 21 entrevistas nos demais dias, com horários variando entre a tarde e a noite, sendo que elas ocorriam alternadamente entre os dois turnos. O método adotado foi a coleta de dados feita através de documentação direta com entrevista pessoal, sendo que o questionário possuía questões abertas e fechadas. A pesquisa foi realizada nos portões de saída do Centro de Eventos FENADOCE.

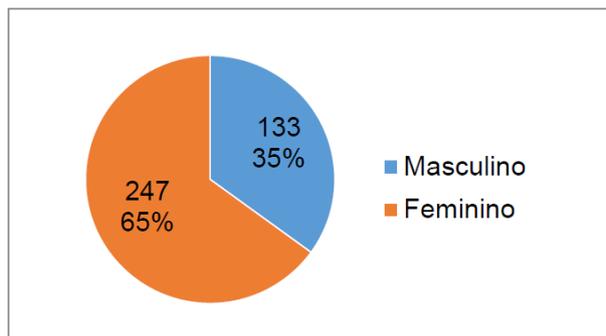
O tipo de amostra utilizada foi a “não probabilística por conveniência”, onde o elemento pesquisado é selecionado por estar disponível no local e no momento em que a pesquisa estava sendo realizada. A abordagem se deu na frequência de um para cada três visitantes, baseado na expectativa de 300 mil visitantes esperados pelo evento (FENADOCE, 2014). A definição numérica da amostra foi da ordem de 1,27%, totalizando uma amostragem de 380 entrevistas cuja margem de erro foi de 5%. Este tipo de amostragem é usado em estudos quali-quantitativos que não exigem alto grau de precisão. (GOMES; ARAÚJO, 2005).

A análise dos dados se deu de maneira quantitativa descritiva e sua apresentação foi realizada através de gráficos, como veremos no desenvolvimento do artigo.

RESULTADOS – O PERFIL DO VISITANTE DA FENADOCE

Estão aqui representados os gráficos com resultados gerais da pesquisa da FENADOCE/2015, com dados retirados das 380 entrevistas realizadas durante as duas semanas do evento.

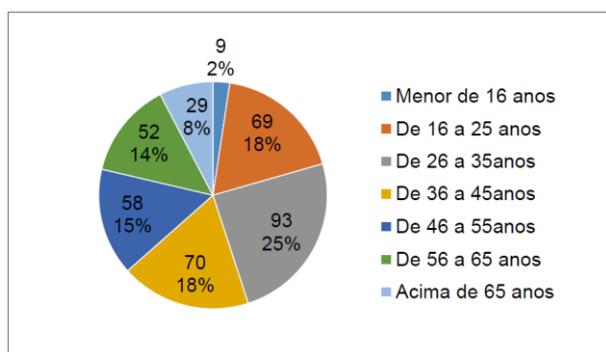
FIGURA 1: Sexo dos visitantes da FENADOCE



Fonte: Pesquisa direta (2015).

A maior parte dos respondentes (65%) é do sexo feminino.

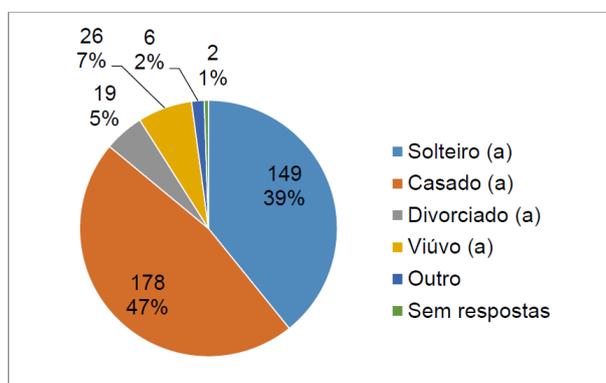
FIGURA 2: Idade dos respondentes



Fonte: Pesquisa direta (2015).

Os visitantes encontram-se principalmente na faixa dos 26 a 35 anos (25%), de 36 a 45 anos(18%) e dos 16 aos 25 anos(18%).

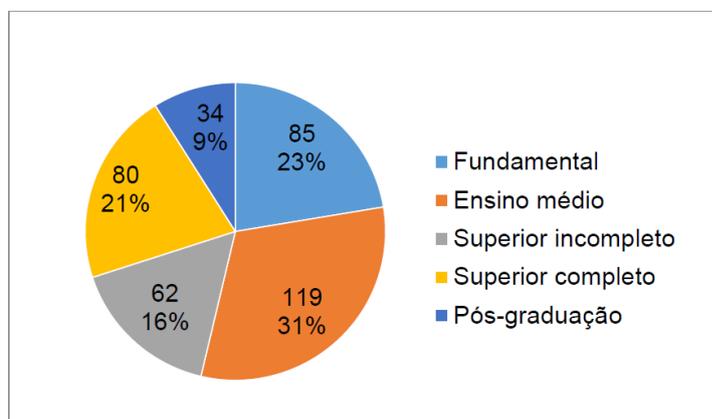
FIGURA 3: Estado civil dos visitantes da feira



Fonte: Pesquisa direta (2015).

Quase metade dos entrevistados (47%) declarou ser casada. O número de solteiros no evento (39%) também foi expressivo.

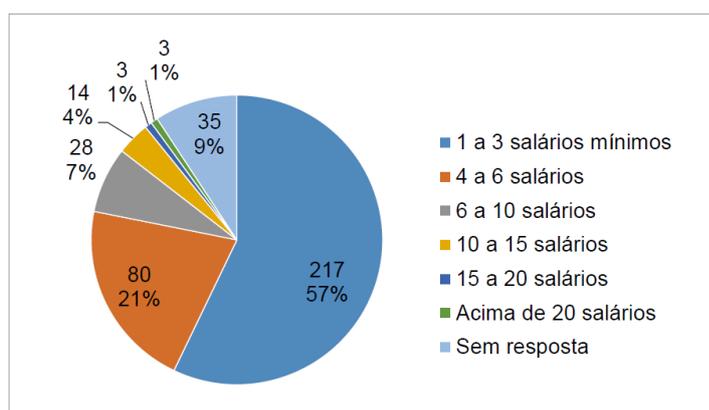
FIGURA 4: Escolaridade dos respondentes



Fonte: Pesquisa direta (2015).

Os respondentes apresentaram escolaridade distribuída, principalmente entre ensino médio (31%), ensino fundamental (23%) e ensino superior completo (21%).

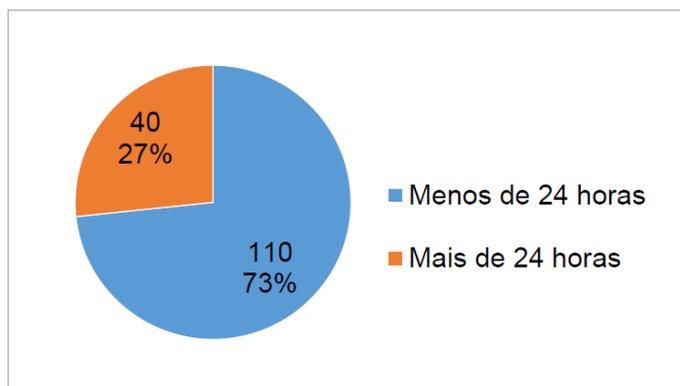
FIGURA 5: Faixa de rendimentos dos visitantes da FENADOCE



Fonte: Pesquisa direta (2015).

Mais da metade dos entrevistados (57%) afirmou receber entre um e três salários mínimos.

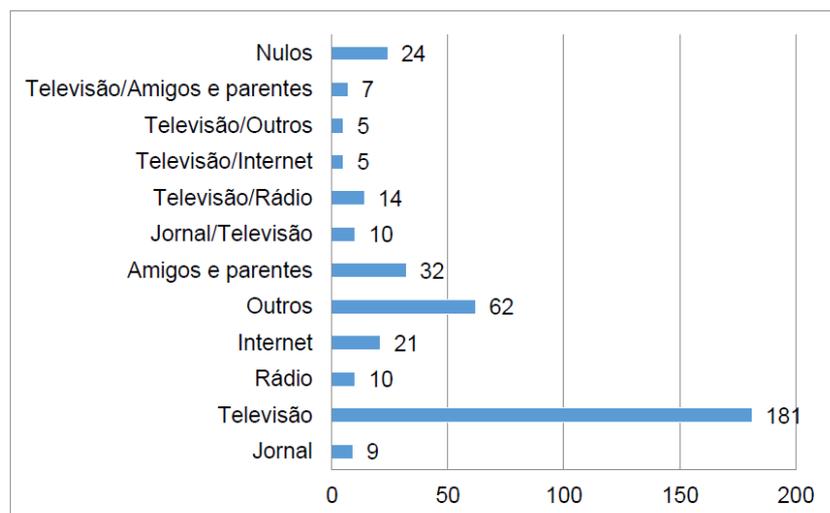
FIGURA 6: Gráfico representando a permanência dos respondentes



Fonte: Pesquisa direta (2015).

Grande parte dos respondentes (73%) ficou menos de 24 horas na cidade.

FIGURA 7: Como o visitante tomou conhecimento do evento

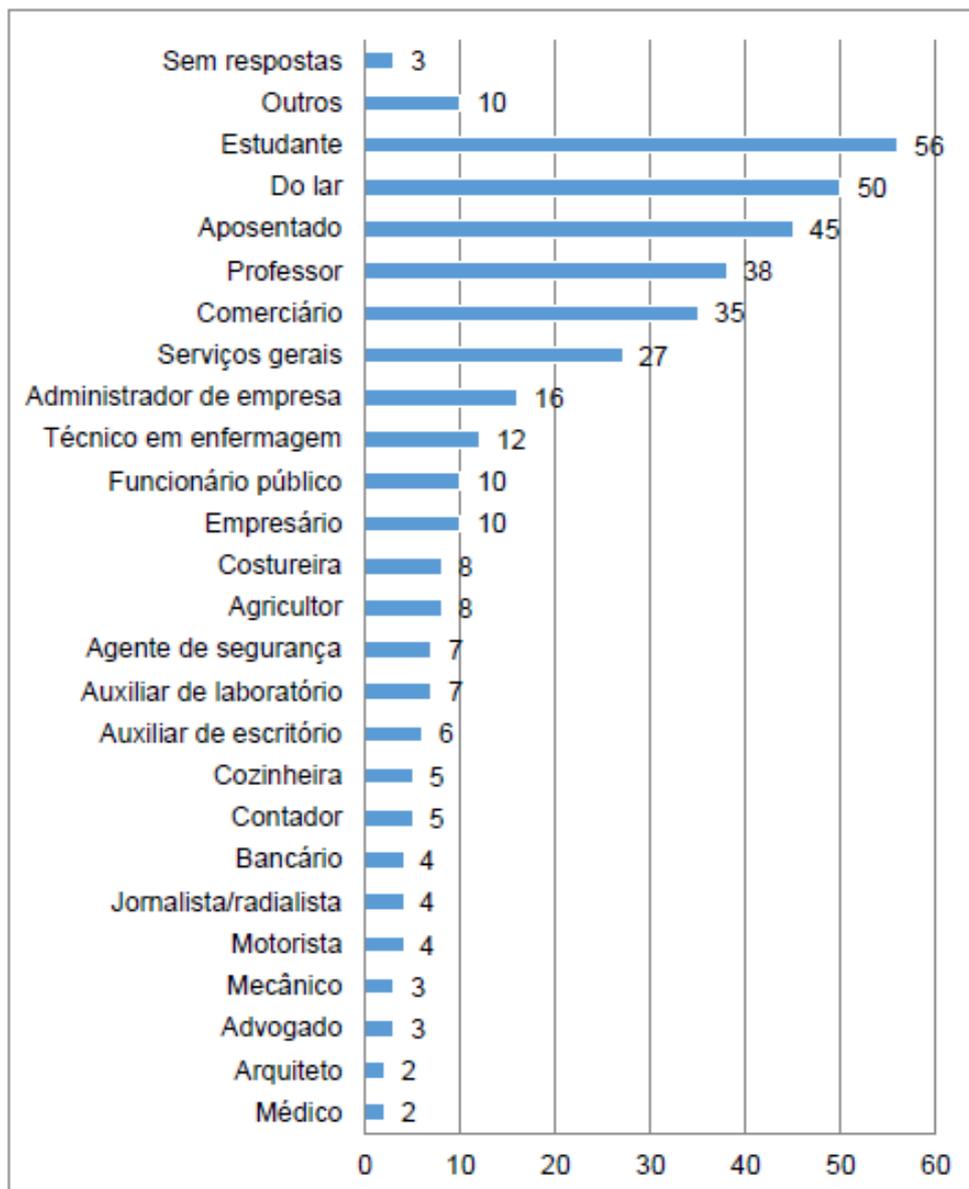


Fonte: Pesquisa direta (2015).

De acordo com a pesquisa, 48% dos entrevistados tomaram conhecimento do evento através da televisão.

Observação: a opção 'outro' com 62 respostas não apresentou especificação do que seriam estas outras formas de tomar conhecimento do evento.

FIGURA 8: Profissões dos respondentes

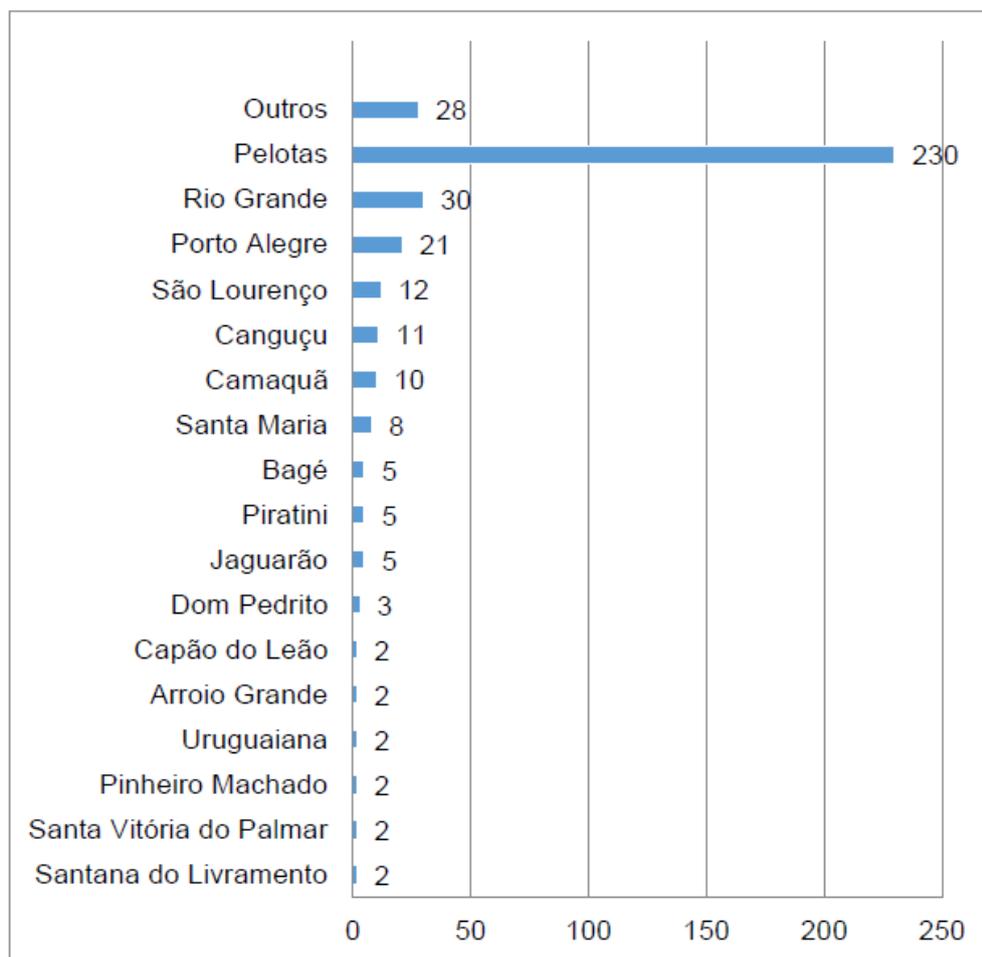


Fonte: Pesquisa direta (2015).

Entre os principais frequentadores do evento estão os estudantes (15%), do lar (13%), aposentados (12%), professores e comerciantes (10%).

Observação: Na opção 'outros' estão inclusos todas as profissões que foram citadas apenas uma vez. As profissões declaradas foram: garçom, agente de viagens, turismólogo(a), publicitário(a), engenheiro(a), bibliotecário(a), barbeiro, operador(a) de máquinas e veterinário(a). Um dos respondentes declarou-se desempregado.

FIGURA 9: Procedência dos respondentes

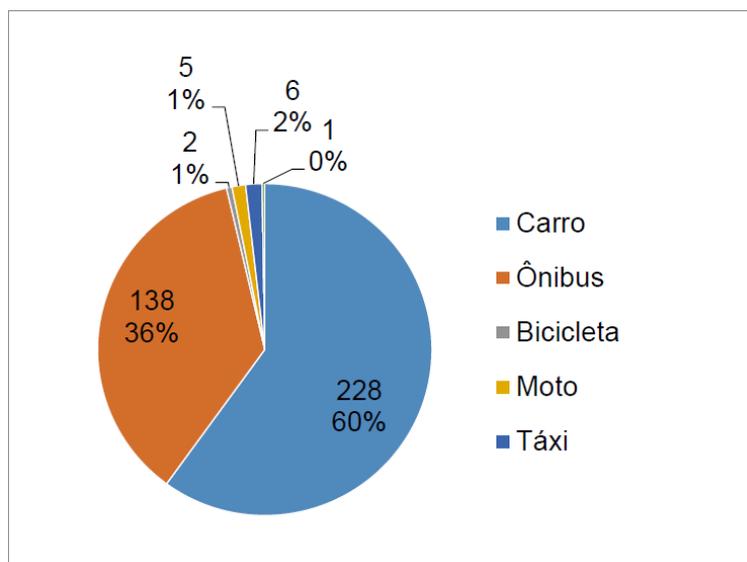


Fonte: Pesquisa direta (2015).

Cerca de 60% dos entrevistados são visitantes da própria cidade de Pelotas; os outros 40% vem de fora da cidade.

A resposta intitulada 'outros' representa todas as cidades, estados e países que tiveram apenas um respondente. As cidades/estados/ países foram: do Rio Grande do Sul - Arroio do Padre, Butiá, Caçapava do Sul, Canoas, Capão da Canoa, Caxias do Sul, Cerrito, Chuí, Cristal, Dom Feliciano, Esteio, Getúlio Vargas, Gramado, Gravataí, Morro Redondo, Santa Cruz do Sul e Turuçu; de outros estados: registrou-se visitantes oriundos de Brusque, Chapecó e Saleté em Santa Catarina, de Curitiba do Paraná, Rio de Janeiro, Recife, Minas Gerais, Pernambuco, Espírito Santo; e, ainda, um visitante de Rio Branco e do Chuy no Uruguai.

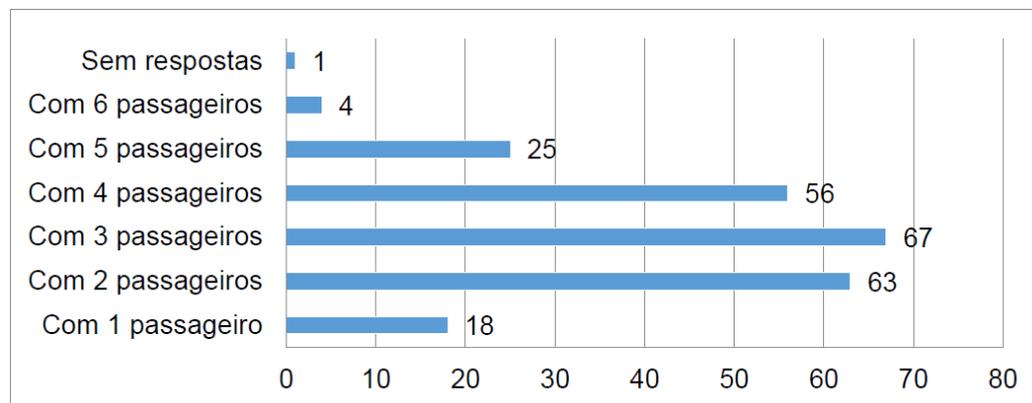
FIGURA 10: Tipo de transporte utilizado pelos visitantes



Fonte: Pesquisa direta (2015).

Mais da metade dos entrevistados (60%) foi à Feira de carro.

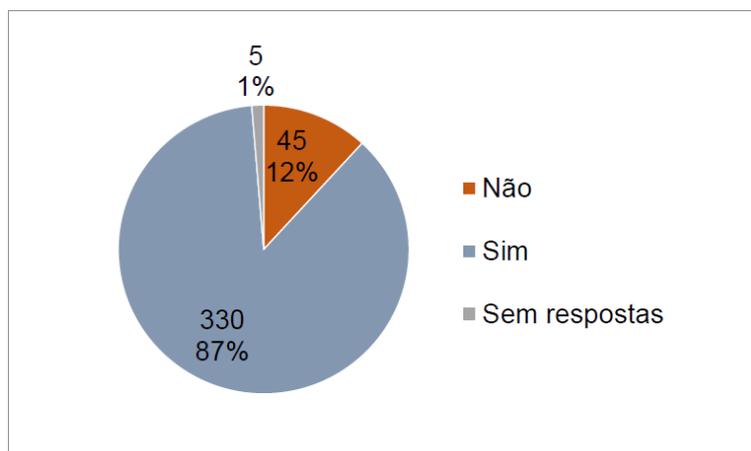
FIGURA 11: Número de passageiros por veículo



Fonte: Pesquisa direta (2015).

Considerando as faixas mais significativas (2, 3 e 4 passageiros) podemos supor que a média é de três passageiros por veículo.

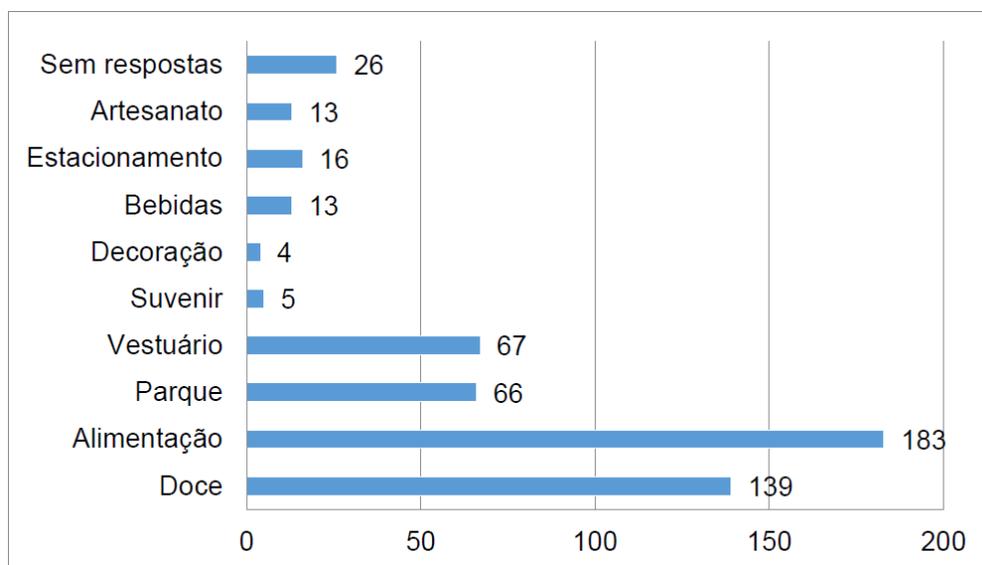
FIGURA 12: O visitante realizou algum gasto no evento?



Fonte: Pesquisa direta (2015).

Quando perguntados sobre gastos realizados na FENADOCE, 87% dos visitantes disseram ter realizado gastos no local.

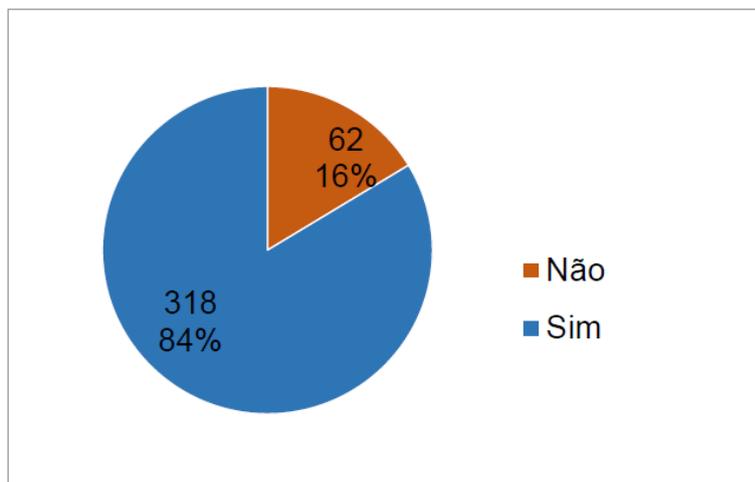
FIGURA 13: O visitante realizou gastos em quê?



Fonte: Pesquisa direta (2015).

Os 330 respondentes que afirmaram ter realizado gastos no evento, o fizeram principalmente com doces, alimentação, vestuário e parque de diversões. Lembrando que nessa questão era possível dar mais de uma resposta.

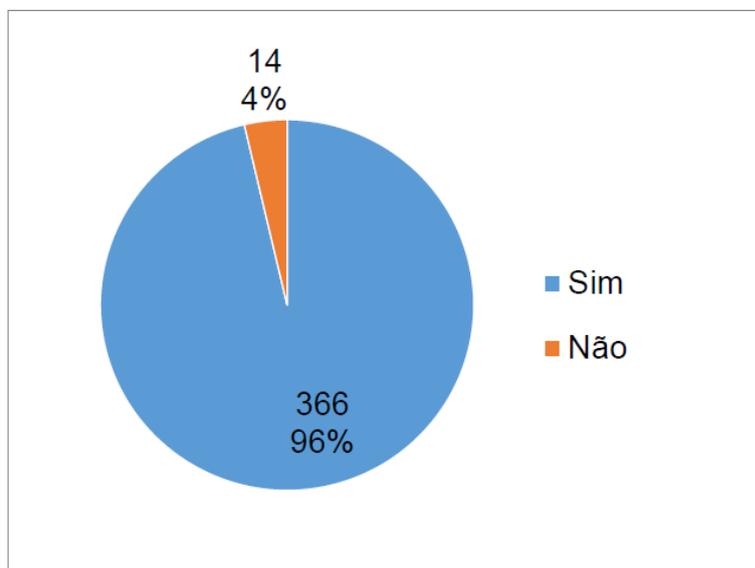
FIGURA 14: O visitante já havia participado de outras edições do evento?



Fonte: Pesquisa direta (2015).

A grande maioria dos visitantes da FENADOCE/2015 já havia participado de outras edições do evento.

FIGURA 15: O visitante pretende voltar na próxima edição da FENADOCE?



Fonte: Pesquisa direta (2015).

Dos entrevistados, 96% pretendem retornar nas próximas edições da FENADOCE.

PRINCIPAIS CONCLUSÕES

Com relação ao perfil do visitante da FENADOCE, a pesquisa nos mostra que a maioria é do sexo feminino e que o evento atraiu um público jovem e jovem adulto, pois 61% dos entrevistados encontram-se na faixa dos 16 a 45 anos. Os casados foram maioria no evento (totalizando 47% dos respondentes), mas o número de solteiros também era expressivo (representando 39% dos entrevistados). O nível de escolaridade dos visitantes está distribuído principalmente entre o ensino fundamental e médio (somando 54%), sendo relevante considerar também que os respondentes com ensino superior completo totalizam 21% dos entrevistados. Quanto à faixa de rendimentos, podemos supor que a média salarial da maioria dos respondentes (cerca de 78%) é de três salários mínimos. Quanto às profissões mais presentes no evento, podemos perceber que cerca de 15% eram estudantes, 13% eram do lar, 12% eram aposentados e 10% eram professores e comerciantes.

Com a pesquisa ficou evidente que a maior parte dos visitantes da feira é da cidade de Pelotas (quase 60% dos entrevistados) e que 40%(150 respondentes) vieram de outras localidades. Apenas 27% (40 pessoas) permaneceriam mais de 24 horas na cidade. Sendo assim, somente 27% dos visitantes da FENADOCE podem ser considerados turistas, segundo a definição da Organização Mundial de Turismo (OMT), que os classifica como visitantes que permanecem no núcleo receptor por mais de 24 horas e menos de um ano, sem exercer atividades remuneradas (OMT; SANCHO, 2001). Percebemos, portanto, que a feira atrai mais visitantes de lugares próximos, que chegam, visitam o evento e voltam para as suas casas.

A maior parte dos entrevistados (60%) foi de carro para o evento e podemos supor que a média de passageiros por veículo é de três passageiros. No que se refere ao meio pelo qual o visitante tomou conhecimento do evento, a televisão foi a mais citada, por 48% do público. Isso mostra a eficácia deste meio de comunicação na divulgação da feira e a importância deste tipo de propaganda para o sucesso da Feira Nacional do Doce.

Quanto aos gastos realizados no evento, 87% dos entrevistados afirmaram terem realizado gastos em: alimentação, doces, vestuário e no parque de diversões, lembrando que esta questão admitia mais de uma resposta. Dos entrevistados, 84%

dos visitantes disseram já ter visitado outras edições do evento e 96% pretende voltar nas edições futuras.

Como já foi dito anteriormente, é essencial que os organizadores conheçam o tipo de visitante que o evento recebe para poder escolher as atrações e meios de divulgação adequados, realizando um evento cada vez melhor, já que é a satisfação dos visitantes que garante o sucesso do evento e o contentamento dos demais envolvidos com a sua realização.

REFERÊNCIAS

BUENDIA, Juan Manuel. **Organización de Reuniones: Convenciones, Congresos, Seminários**. México: Trilhas, 1996

CESCA, Cleuza G. Gimenes. **Organização de Eventos. Manual para Planejamento e Execução**. São Paulo: Summus, 1997.

FENADOCE. **Institucional**. Disponível em: <<http://www.fenadoce.com.br/institucional>>. Acesso: 23 nov. 2014.

GOMES, F.; ARAÚJO, R. **Pesquisa Quanti-Qualitativa em Administração: Uma Visão Holística do Objeto em Estudo**. In: SEMINÁRIOS EM ADMINISTRAÇÃO, 08,p. 01-11, 2005, São Paulo. Anais... São Paulo: FEA/USP, 2005.

MEIRELLES, Gilda Fleury. **Tudo sobre Eventos**. São Paulo: STS, 1999.

MTur - Secretaria de Políticas de Turismo. **Programa de Qualificação a Distância para o Desenvolvimento do Turismo**: Formação de Gestores das Políticas Públicas do Turismo. Autoria do Conteúdo Técnico Científico PANOSSO NETTO, Alexandre; PEREIRA DA SILVA, Francisco José; TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. Florianópolis (SC): Secretaria de Educação a Distância - SEAD/ Fundação de Amparo à Pesquisa e Extensão Universitária - FAPEU/ Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC, 2009.

MYAMOTO, M. **Administração de Congressos Científicos e Técnicos: Convenção, Seminário, Paineis, Assembleia e Outros**. São Paulo: Pioneira, 1987.

NICHOLS, Barbara. **Gerenciamento Profissional de Eventos**. [S.l.: s.n.], 1989.

OMT – Organização Mundial do Turismo; SANCHO, Amparo. **Introdução ao Turismo**. São Paulo: Roca, 2001.

VIANA, Andyara Lima Barbosa. **Gestão de Eventos no Turismo: Abordagens Além da Econômica. Construções Teóricas no Campo do Turismo**. Anais Do II Seminário De Pesquisa Em Turismo Do Mercosul. 10 e 11 set. de 2004.