

ÁREA TEMÁTICA: (marque uma das opções)

- COMUNICAÇÃO
- CULTURA
- DIREITOS HUMANOS E JUSTIÇA
- EDUCAÇÃO
- MEIO AMBIENTE
- SAÚDE
- TRABALHO
- TECNOLOGIA

IMPORTANCIA DA PESQUISA DE DEMANDA EM EVENTOS

Larissa Da Costa Freitas (larissacosta23_@hotmail.com)

Fernanda Karina Haura (fernandahaura@hotmail.com)

Luiz Fernando De Souza (luizfersouza@uol.com.br)

Larissa Mongruel Martins De Lara (larimongruel@hotmail.com)

Jasmine Cardozo Moreira (jasmine@uepg.com.br)

RESUMO: A finalidade desse trabalho é expor a influência que a pesquisa de demanda exerce sobre os eventos. Todavia os temas são expostos separadamente, o primeiro tema a ser tratado é de pesquisa e demanda no segundo momento o assunto passa ser eventos, e por fim os dois temas são unidos para demonstrar a importância de um para o outro. O procedimento tem fundamentação teórica, documental e prático. Após todo o trabalho apresentado percebe-se que a pesquisa de demanda ocupa um lugar de destaque no cenário de eventos, pois nela aparecem informações importantes para o responsável, que farão a diferença quando o próximo evento foi organizado, buscando sempre a satisfação do público atendido e uma maior rentabilidade do evento.

PALAVRAS-CHAVE – Pesquisa. Demanda. Eventos.

Introdução

O presente trabalho traz como foco principal abordar a importância que a pesquisa de demanda tem no setor de eventos, entretanto aborda primeiro separadamente os temas de Pesquisa de Demanda e Eventos. Na Pesquisa de Demanda discute a necessidade de fazê-la para conhecer o perfil do consumidor e saber sua opinião sobre o que pode ser melhorado no evento, como segurança, horário, estruturas, entre outros.

Quanto a pesquisa de demanda também apresenta-se as divisões em três categorias: potencial, latente e total. Que a demanda latente ainda se divide em Demanda Potencial e Demanda Futura.

Em eventos é debatido brevemente sobre a história de eventos, e no decorrer aponta sua divisão. E no final os dois temas são unidos para verificar a importância que um detém sobre o outro.

Apresenta-se a importância real da aplicação de uma pesquisa de demanda nos eventos, experiência essa vivida no projeto de extensão.

Objetivos

- Apresentar um breve resumo sobre o que é a pesquisa de demanda e os eventos,
- Mostrar a importância da pesquisa de demanda dentro da segmentação de eventos.
- Com base prática mostrar o que se aprende realizando a pesquisa durante os eventos.

Referencial teórico-metodológico

A metodologia utilizada é fundamentada em pesquisa bibliográfica, documental sobre o tema abordado e pesquisa experiencial, adquirida no projeto de extensão do curso em bacharelado de turismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG) durante o decorrer o ano de dois mil e treze (2013).

Resultados

Pesquisa de Demanda

Não se sabe ao certo quando foi realizada a primeira pesquisa de demanda no globo, entretanto é certo que ela é fundamental para informar de maneira mais sucinta como um determinado produto ou serviço está sendo visto pelos seus consumidores. Ainda não há um estudo profundo sobre esse tema, mas sabe-se que a pesquisa de demanda faz-se necessária para conhecer o perfil do consumidor e dos possíveis futuros consumidores de determinado produto ou serviço. Essas pesquisas são subdivididas em três grupos, são eles:

Demanda Real: a pesquisa é realizada com pessoas que consomem efetivamente um determinado produto, serviço ou destinação turística. Na área turística principalmente se aplica a mesma pesquisa em diferentes épocas do ano, para averiguar a sazonalidade de um determinado local.

Demanda Latente: a pesquisa sucede com pessoas que ainda não absorveram o produto turístico, buscando identificar o motivo dessa situação. Esse grupo ainda se divide de duas maneiras: **Demanda potencial-** quando um grupo de indivíduos tem motivação para viajar, entretanto não viaja por algum motivo provisório; e **Demanda Futura:** que é quando os indivíduos não se interessam em consumir um determinado destino turístico;

Demanda Total: nesse grupo estão presentes as pessoas que consomem um determinado atrativo turístico e também os indivíduos que podem vir a consumir esse atrativo em questão.

Eventos

Embora existam ainda muitas contradições sobre quando foi realizado o primeiro evento no mundo, autores como Crisóstomo (2004, p. 17) acredita que os eventos começaram com os jogos olímpicos na cidade de Olímpia na Grécia. No Brasil o primeiro evento que se tem registro é do Carnaval de 1840.

Mas o que é um evento?

É um momento único ou sucede-se com pouca frequência, em ocasiões que tem um valor simbólico para determinados grupos de pessoas, cada evento tem suas próprias características, visando à satisfação de todos os presentes, todos devem ser planejados e devem possuir uma relação de cordialidade entre os participantes, a fim de alcançar seus objetivos.

Existem diversos motivos para organizar eventos como: em sinal de agradecimento a algo ou alguém, inauguração, divulgação, socialização, entre outros. Mobilização diferentes tipos de público, áreas e sociedades.

Pesquisa de Demanda em Eventos

Baseando-se nas referências teóricas que foram atribuídas a esse trabalho e também nas experiências gratificantes no decorrer do ano de dois mil e treze (2013) foi constatado que, para o segmento na área de eventos a pesquisa de demanda é de extrema importância, pois mesmo quando o organizador prepara o evento com tudo extremamente planejado, organizado e bem estruturado, e mesmo assim não alcança o objetivo esperado, uma das formas de verificar o que aconteceu de errado no evento é através da pesquisa de demanda. Pois além de buscar saber dados como a idade, o sexo, profissão, que também são muito importantes quando é necessário saber o perfil das pessoas que participaram do evento, eles também são indagados sobre a sua visão e opinião da organização, segurança, o que gostaram no evento, o que não gostaram. O que gostariam de ver, entre outras, ou seja, os aspectos qualitativos do evento.

Após as pesquisas estarem prontas, são tabuladas pelos próprios acadêmicos de turismo da UEPG, as tabulações são entregues aos responsáveis. Os resultados são analisados, e a partir dessa análise é o evento repensado, o que está dando certo, o que não está agradando o público que frequenta o evento, o que poderia acontecer e ainda não aconteceu, sempre

dentro do orçamento que eles detêm, visando sempre o lucro ou o bem estar de seus convidados e participantes.

Considerações Finais

Pode-se concluir que a pesquisa de demanda é muito importante durante a ocorrência de um evento, pois ela possibilita conhecer qual o perfil do público que está frequentando o evento/lugar, o que está ocorrendo de certo e errado no mesmo. Porém a principal função da pesquisa de demanda é a possibilidade de se conhecer o aperfeiçoamento necessário para os próximos eventos. Estes aperfeiçoamentos podem gerar resultados como o aumento do seu rendimento financeiro, aumento de público podendo até mudar a dimensão, passando, por exemplo, de pequeno porte para médio porte e também se destacando dos eventos que possuem características semelhantes, isso tudo graças à pesquisa de demanda.

Enfim, a pesquisa é feita sempre visando o bem estar das pessoas e do evento, obtendo resultados que futuramente se colocados em prática farão diferença no evento. Desta maneira a pesquisa de demanda além de identificar o perfil do público que frequenta o evento possibilita que os organizadores conheçam as opiniões e sugestões dos participantes de uma forma geral.

APOIO: O presente trabalho foi realizado com apoio da Fundação Araucária/SETI, por meio de bolsa concedida a Larissa da Costa Freitas.

Referências

BRAGA, Debora Cordeiro. **Planejamento Turístico: Teoria e Prática**. 1º edição. Rio de Janeiro- RJ: Elsevier Brasil, 2007.

CRISÓSTOMO, Francisco Roberto. **Turismo e Hotelaria**. 1ªedição. São Paulo- SP: Difusão Cultural do Livro (DCL), 2004.

ROGERS, Tony. **Eventos: Planejamento, Organização e Mercado**. 1ªedição. Rio de Janeiro-RJ: Elsevier Editora Ltda, 2011.

WATT, David C.. **Gestão de Eventos em Lazer e Turismo**. 1ªedição. Cidade: Bookman, 2004.