

2025

PESQUISA PERFIL DO PARTICIPANTE



Universidade Federal do Pampa
Unipampa
Coordenação:
Prof. Dra. Debora Nayar Hoff
Prof. Dra. Margarete Leniza Lopez
Gonçalves

RELATÓRIO DE PESQUISA

PERFIL DO PARTICIPANTE DO 9º FRONTE(I)RA: FESTIVAL BINACIONAL DE ENOGASTRONOMIA

Parceria



INSTITUTO FEDERAL DE
EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA
SUL-RIO-GRANDENSE



Sumário

PERFIL DO PARTICIPANTE DO 9º FRONTE(I)RA: FESTIVAL BINACIONAL DE ENOGASTRONOMIA	1
Introdução	3
Método	4
Resultados	6
Perfil do Entrevistado.....	6
Características Gerais do Turista Participante	15
Avaliação do Evento e do Destino Turístico.....	20
Sugestões e Comentários dos Participantes Entrevistados	26
GEODes:	27
Docentes.....	27
Voluntários	27
Referências Bibliográficas.....	28

Introdução

A pesquisa cujo resultado é aqui apresentado foi realizada com o objetivo de definir o perfil do consumidor participante do 9º Fronte(i)ra: Festival Binacional de Enogastronomia, realizado no ano de 2025. O projeto foi uma iniciativa do Grupo de Estudos e Pesquisas em Organizações e Desenvolvimento – GEODes, da Universidade Federal do Pampa – Unipampa, sendo realizado sob a coordenação da Profa. Dra. Debora Nayar Hoff e da Profa. Dra. Margarete Leniza Lopez Gonçalves.

O instrumento de pesquisa foi elaborado buscando identificar o perfil do consumidor do evento (o que inclui os participantes locais e os turistas), bem como as impressões que o evento deixa em quem participa e o grau de satisfação com o evento e com o destino turístico. Sendo uma reedição da pesquisa realizada no evento no ano de 2019, 2022 e 2023, apresenta resultados comparáveis com os obtidos nos momentos anteriores.

O relatório apresentado é breve e tem a finalidade de servir de informação para os organizadores do evento, tanto no processo de planejamento de próximas edições, quanto para a realização de novas pesquisas de mesma finalidade. O documento está organizado apresentar detalhes do método, os resultados, com ênfase à alguns aspectos específicos dos participantes turistas e algumas sugestões para próximas edições do evento.

Método

O instrumento de pesquisa foi elaborado tendo por base a experiência relatada por Folgado Fernández, Hernández Mogollón e Duarte (2014), ao analisarem o perfil do turista de eventos culturais na Espanha. O Instrumento originado deste trabalho foi ajustado em função de discussões prévias do grupo GEODes, da experiência acumulada com a pesquisa em 2019 e em 2022 e de reunião realizada com entidades Santanenses e Riverenses envolvidas direta ou indiretamente com o evento. O instrumento passou por pré-teste no ano de 2019 e no ano de 2022 com público alvo de características semelhantes às da população a ser pesquisada.

Todos estes ajustes resultaram num questionário de 22 questões, entre fechadas e abertas, bilíngue. Grande parte das perguntas oferecia um conjunto de alternativas para ajudar no posicionamento do pesquisado. Isso fica claro na Seção 1, Perfil do Entrevistado, e na seção 2, Características Gerais do Turista Participante. No entanto, as questões relativas à Avaliação do Evento e do Destino Turístico, em especial as questões 16, 17 e 19, foram apresentadas com Escala Likert de 5 pontos, permitindo uma resposta com níveis diferentes de intensidade. Duas questões foram adicionadas neste instrumento, a pedido das instituições envolvidas na organização do evento, uma relativa à identificação do consumo de atividades pagas e gratuitas e outra para identificar a melhor época para o evento.

Tendo um público esperado vindo do Brasil, mas também do Uruguai, com potencial para vinda de turistas Latino-Americanos, o instrumento é apresentado em formato bilíngue (português/espanhol). O mesmo foi montado usando a estrutura do Google Drive (Google Forms) e foi apresentado apenas na sua forma digital. Isso representou economia, pois dispensou a impressão de formulários e agilizou o processo de análise dos dados coletados, pois findada a coleta, a tabulação já estava pronta para tratamento dos dados.

O levantamento de informações foi feito por um grupo de 3 discentes da Unipampa, todas voluntárias que aplicaram o questionário durante 3 dias do evento (06, 07 e 08/08/25). O Planejamento da coleta focou os dias onde se esperava ter o maior número de turistas participando do evento. Foram organizadas escalas para a coleta de dados: das 14h às 17h e das 16h30 às 19h30.

O grupo de voluntários que trabalhou na coleta primária de dados recebeu capacitação para tal fim. Todos usaram seus smartphones pessoais e seu acesso à internet para viabilizar a coleta. Receberam como contrapartida horas de Atividade Complementar de Graduação em Pesquisa, de acordo com as horas acumuladas durante a execução do projeto. Receberam ainda o acesso a alimentação gratuita, oferecida pela organização do evento.

Em 18 de agosto os formulários foram encerrados para que se pudesse tratar os dados coletados. Todos os dados foram considerados para fins de análise, sendo tratados a partir de estatística descritiva com uso do Software Excel. As respostas foram organizadas em três blocos: todos os respondentes (105 respondentes), respondentes que se afirmaram turistas (30 respondentes) e respondentes que se afirmaram não turistas (os quais foram chamados de respondentes locais) (75 respondentes). Para fins da apresentação dos resultados, os

respondentes foram identificados como "Todos os Participantes", "Participantes Turistas" e "Participantes Locais". As questões das Seções 1 e 3 foram analisadas contrastando a resposta de todos os respondentes com a resposta dos turistas e dos respondentes locais. As questões da Seção 2 foram analisadas apenas para os respondentes turistas. Sempre que possível as respostas de todos os participantes foram contrastadas o resultado obtido em 2019, 2022 e 2023.

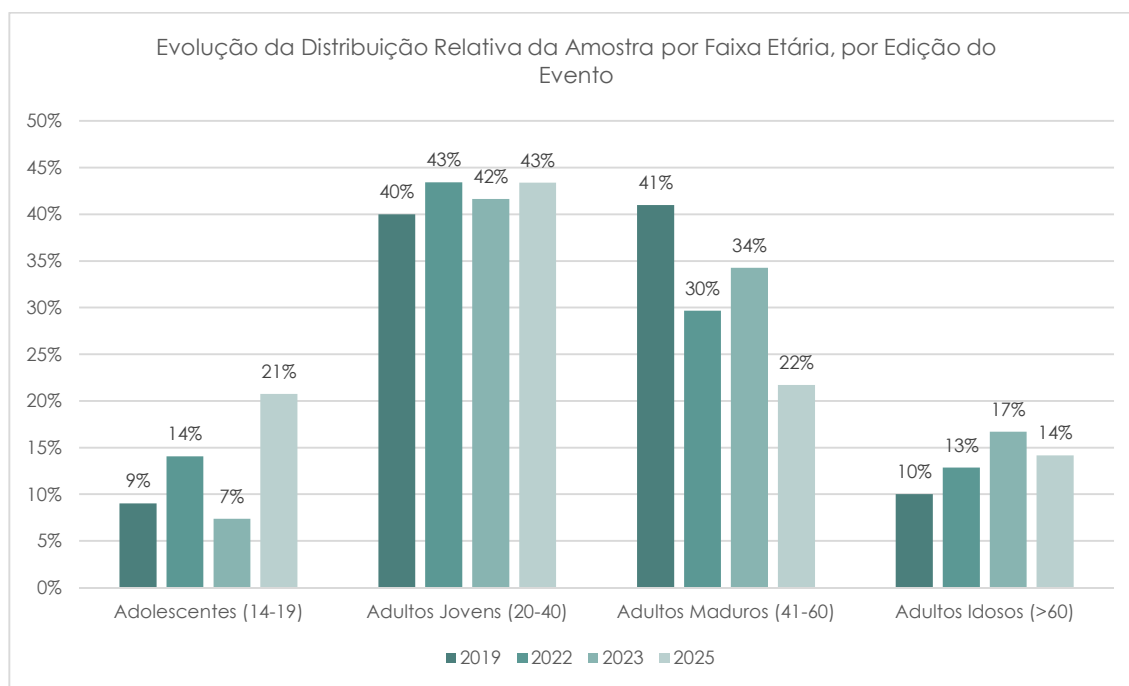
Os resultados foram organizados em dois materiais distintos: um conjunto de slides para fins de apresentação e este relatório. Grande parte dos dados foram analisados a partir da participação relativa de cada resposta, dentro do grupo (todos os respondentes, respondentes turistas e respondentes locais), para que pudessem ser comparados.

Resultados

Os resultados serão apresentados de acordo com as seções propostas no instrumento de coleta de dados. A análise não é exaustiva, tendo como objetivo chamar atenção para os principais elementos observados e, quando for o caso, para a escala utilizada para a questão.

Perfil do Entrevistado

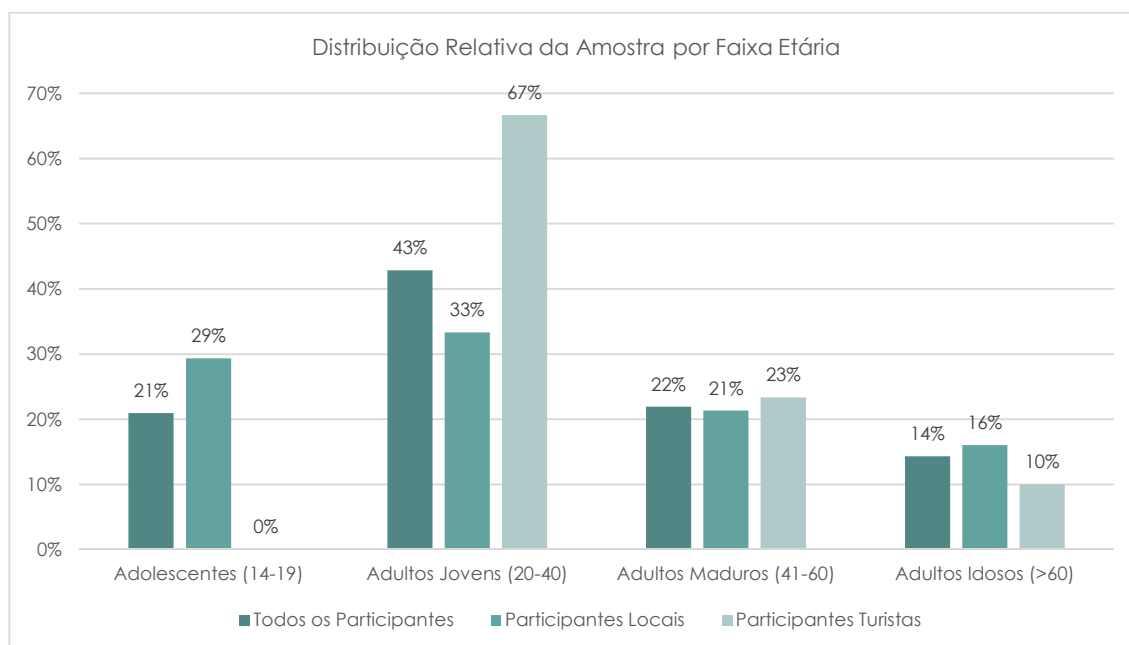
Os entrevistados foram analisados de acordo com a idade, sexo, nível de estudos, renda familiar, gasto planejado para o evento e reincidência no evento.



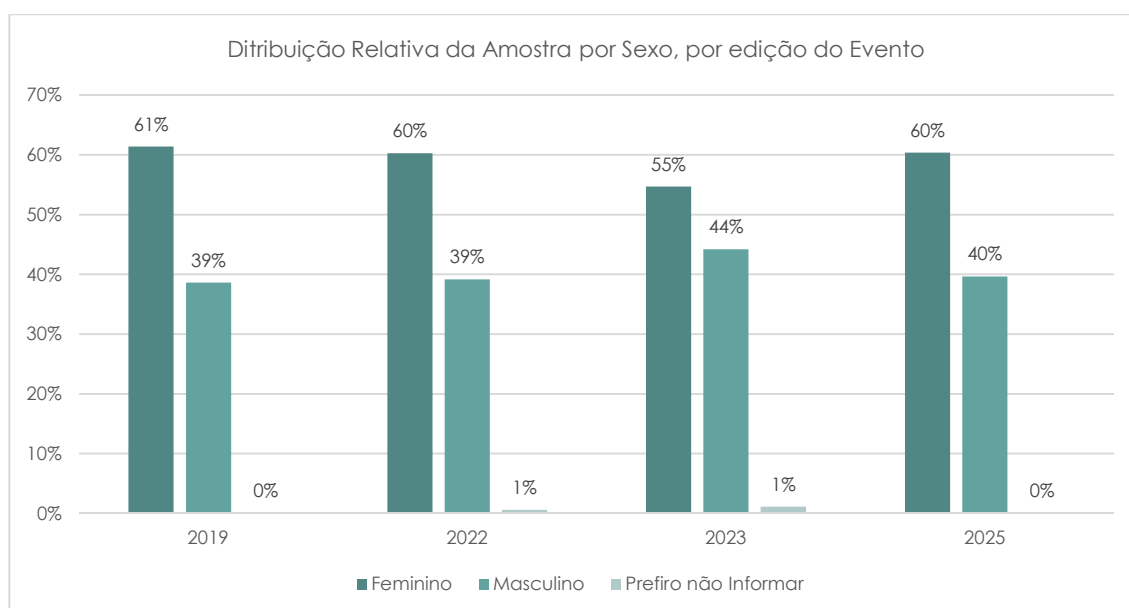
A amostra em 2025, em geral, guarda semelhança com a identificada nos anos anteriores. Grande parte (43%) dos entrevistados são adultos jovens, tendo entre 20 e 40 anos de idade¹. As categorias adolescentes (14 a 19 anos de idade) e adultos maduros (41 a 60 anos de idade) foram as que mais se modificaram da edição 2023 para a edição 2025. Houve um aumento de participantes adolescentes (de 7% para 21%) e uma redução da

¹ Para esta classificação foi usada a orientação de Villanueva, 1987.

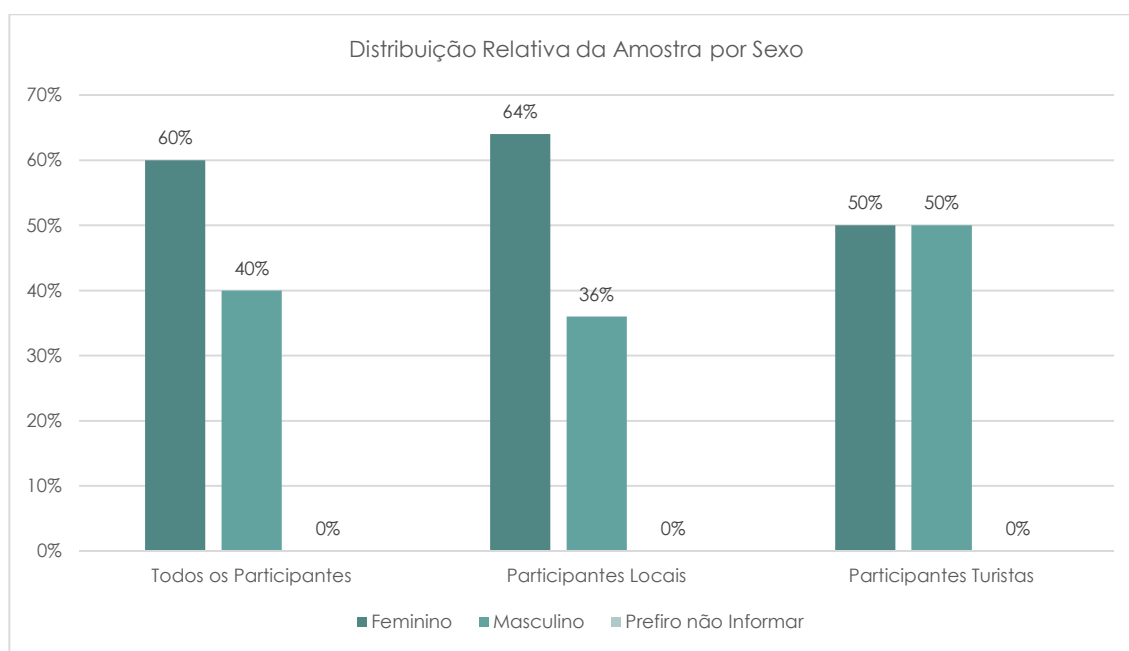
participação de adultos maduros (de 34% da amostra para 22%). Os respondentes considerados na categoria idosos (mais que 60 anos), reduziu-se de 17% para 14%.



Comparando-se o participante local com o participante turista. Nota-se que a faixa etária predominante entre os locais é a de adultos jovens (33%). Essa predominância é ainda mais significativa entre os participantes turistas: 67% da amostra de turista é composta por adultos jovens. O percentual de adolescentes participantes é de 29% entre os respondentes locais. Não houve participantes turistas adolescentes respondentes da pesquisa. Como curiosidade destaca-se que o turista mais idoso entrevistado tem 67 anos e o participante local mais idoso entrevistado tem 83 anos de idade.

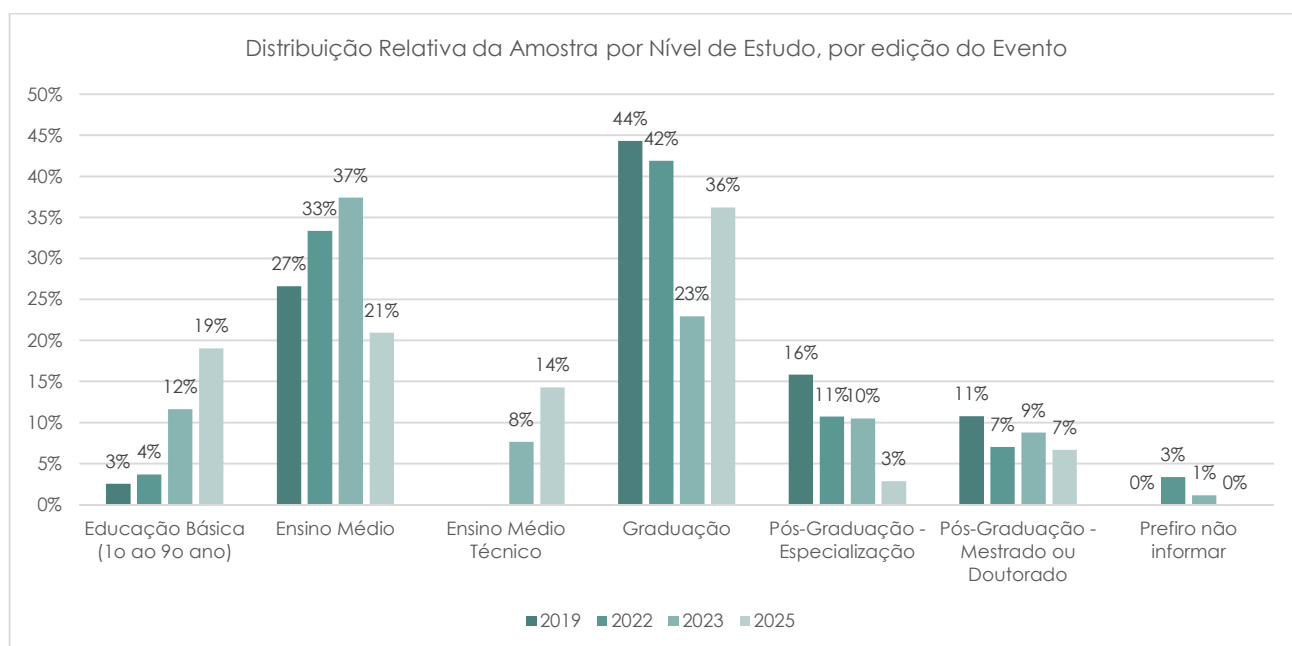


As amostras pesquisadas em 2019, em 2022, em 2023 e em 2025 tem uma distribuição parecida no que diz respeito ao sexo. Considerando todos os participantes, a maior parte dos respondentes é do sexo feminino (61% em 2019, 60% em 2022, 55% em 2023 e 60% em 2025). Em 2025 40% dos respondentes indicaram o sexo masculino como sua identidade biológica.

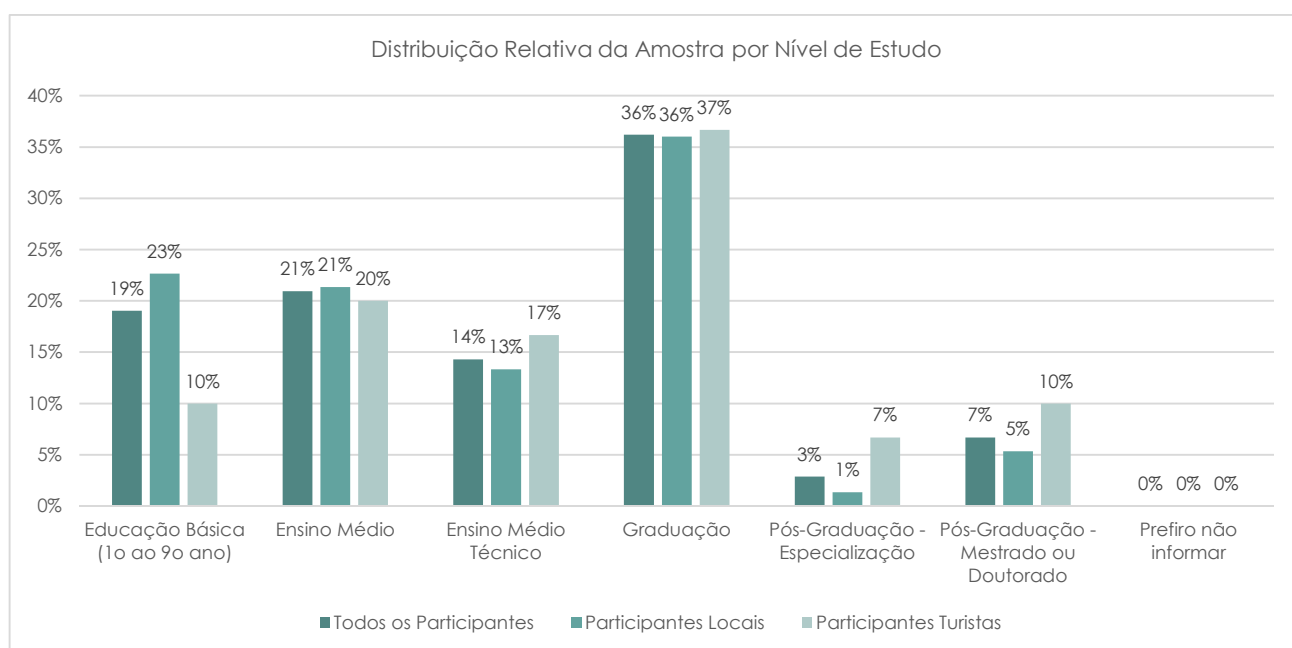


Quando observada a amostra distribuída entre participantes locais e participantes turistas, percebe-se que entre os participantes locais, as mulheres são a maioria dos respondentes da pesquisa, com 64% das respostas. Já entre os turistas, a amostra ficou equilibrada entre homens e mulheres (50% de respondentes de cada sexo).

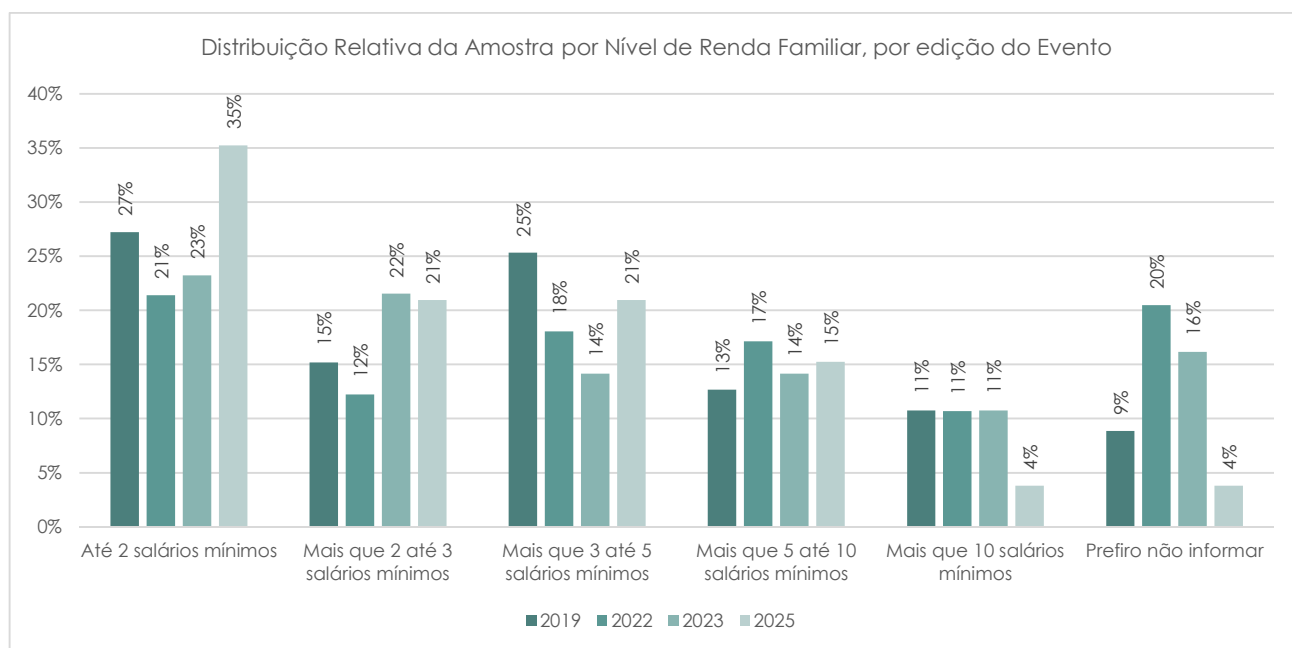
Ao se observar o nível de estudo dos participantes, encontra-se novamente semelhanças com o que foi observado nos anos anteriores. De modo geral, a maior parte dos participantes da pesquisa, ao serem considerados no todo, têm ensino médio, médio técnico ou graduação (71% em 2019, 75% em 2022, 68% em 2023 e 71% em 2025). Em 2025 o percentual de participantes com ensino médio reduz para 21% (sendo 27% em 2019 e 33% em 2022 e 37% em 2023).



Mas tem-se um aumento do percentual de participantes com ensino médio técnico. No conjunto (ensino médio + ensino técnico), este dado é coerente com as faixas etárias prevalentes entre os participantes. O aumento dos participantes adolescentes aparecem no aumento expressivo de respondentes da educação básica (19% da amostra em 2025). Já o percentual de participantes com graduação aumentou para 36% (sendo 44% em 2019, 42% em 2022 e 23% em 2023). Ao combinar-se os respondentes com pós-graduação, o percentual ficou abaixo ao dos anos anteriores. Representavam 27% dos pesquisados em 2019, 18% em 2022, 19% em 2023 e apenas 10% no ano de 2025.

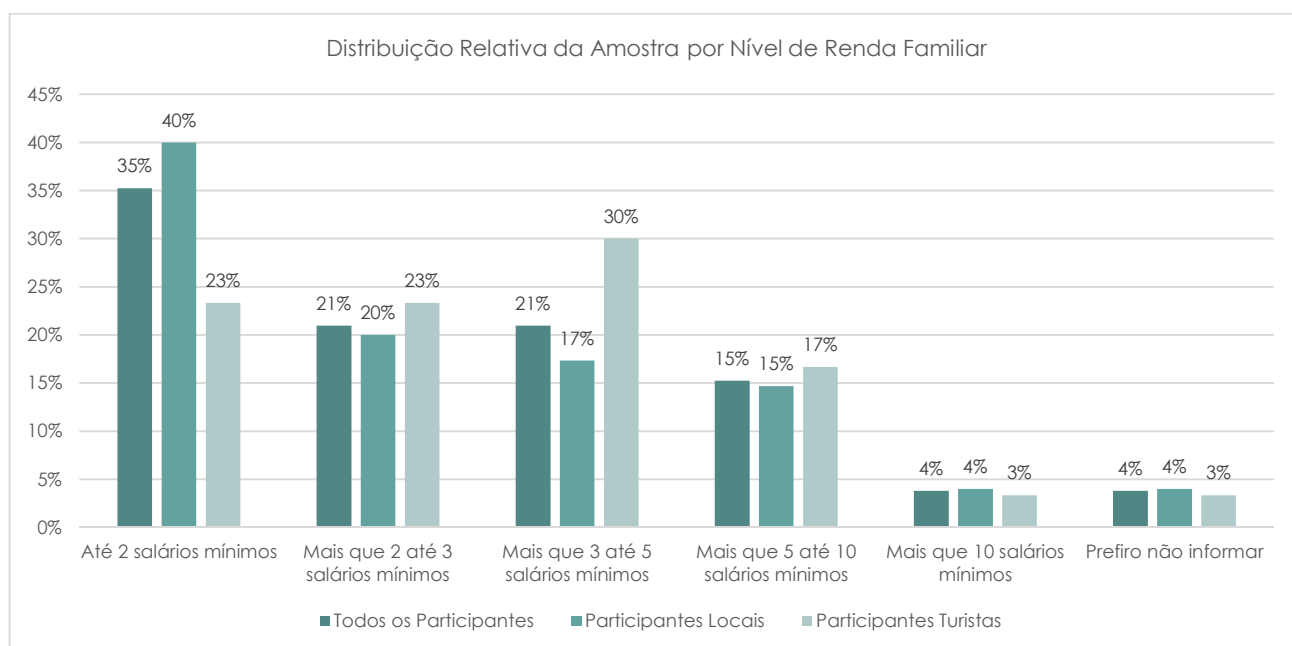


Comparando-se os participantes turistas com os participantes locais, percebe-se que os turistas tem um nível de estudo um pouco maior. Dentre os turistas 54% são graduados ou pós graduados. Entre os participantes locais, este percentual chega a 41%. A diferença de 13 pontos percentuais é explicada em grande parte pelo grande número de participantes locais que tem educação básica (23% dos pesquisados locais, contra 10% dos pesquisados turistas).

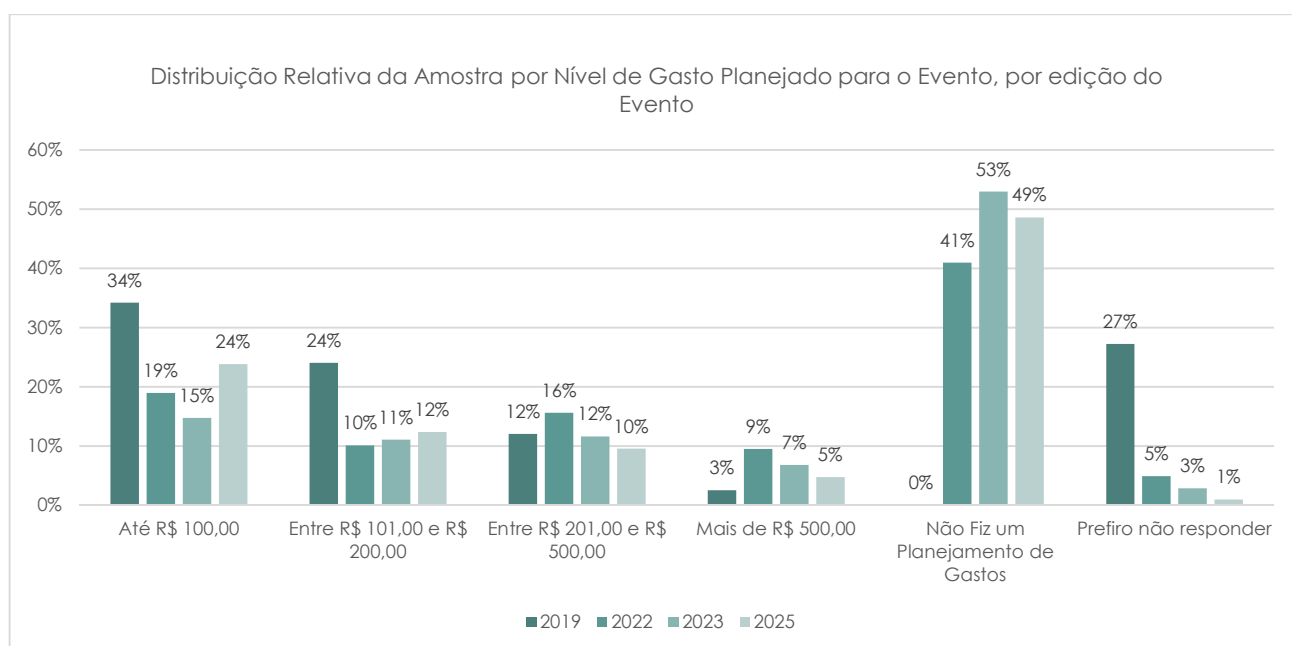


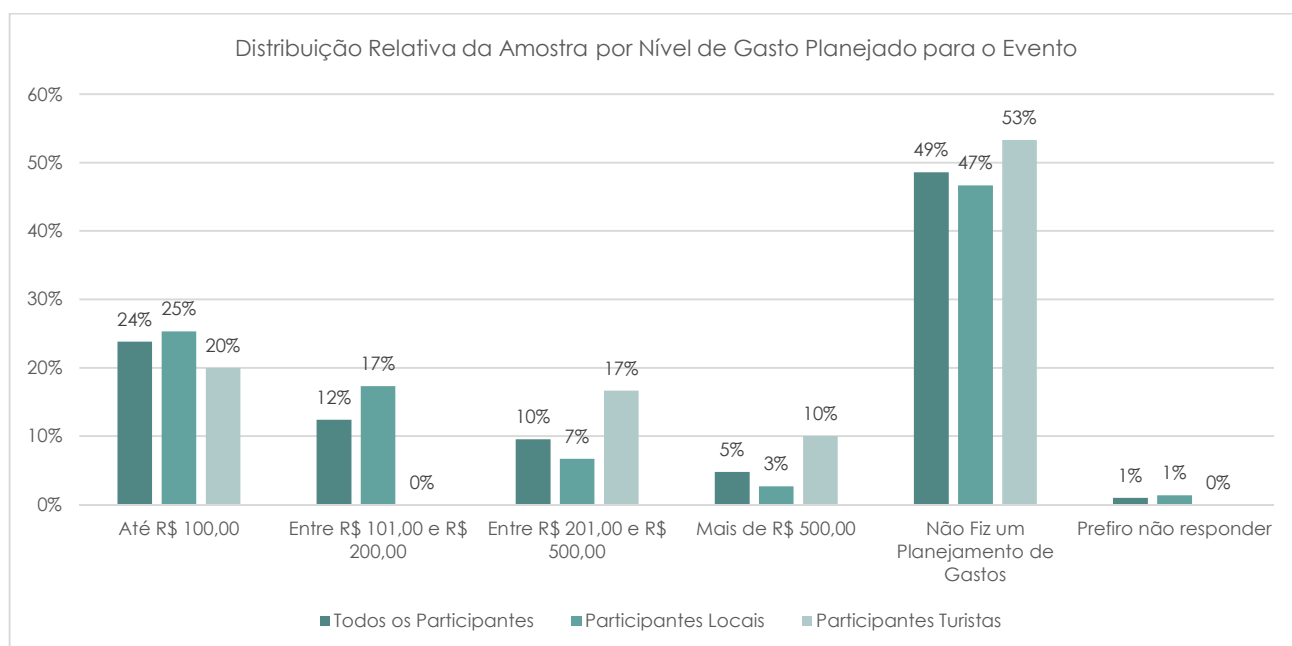
Ao se considerar todos os participantes, percebe-se que a maioria dos participantes de 2023 tem uma renda média familiar de até 5 salários mínimos (77%). Esta faixa de renda representa 51% em 2022, 67% em 2019 e 59% em 2023. A porcentagem de participantes com renda maior que 5 salários é de 19% em 2025, 25% em 2023, 28% em 2022 e 24% em 2019. Chama a atenção a elevação do percentual de respondentes que indicaram renda até 2 salários mínimos. Esta aumentou para 35% da amostra (girava em torno de 27% nas pesquisas anteriores). Os participantes que preferiram não informar sua renda em 2025 ficou em 4% dos respondentes.

Quando observada a comparação entre a renda familiar dos participantes locais com a dos participantes turistas, percebe-se diferenças importantes. Enquanto 77% dos participantes locais tem renda familiar de até 5 salários mínimos e 40% destes tem renda até 2 salários mínimos, 50% dos turistas tem renda acima de 3 salários mínimos e 20% renda familiar acima de 5 salários mínimos. Isso tende a se refletir no potencial de gasto no evento, o que será observado a seguir.



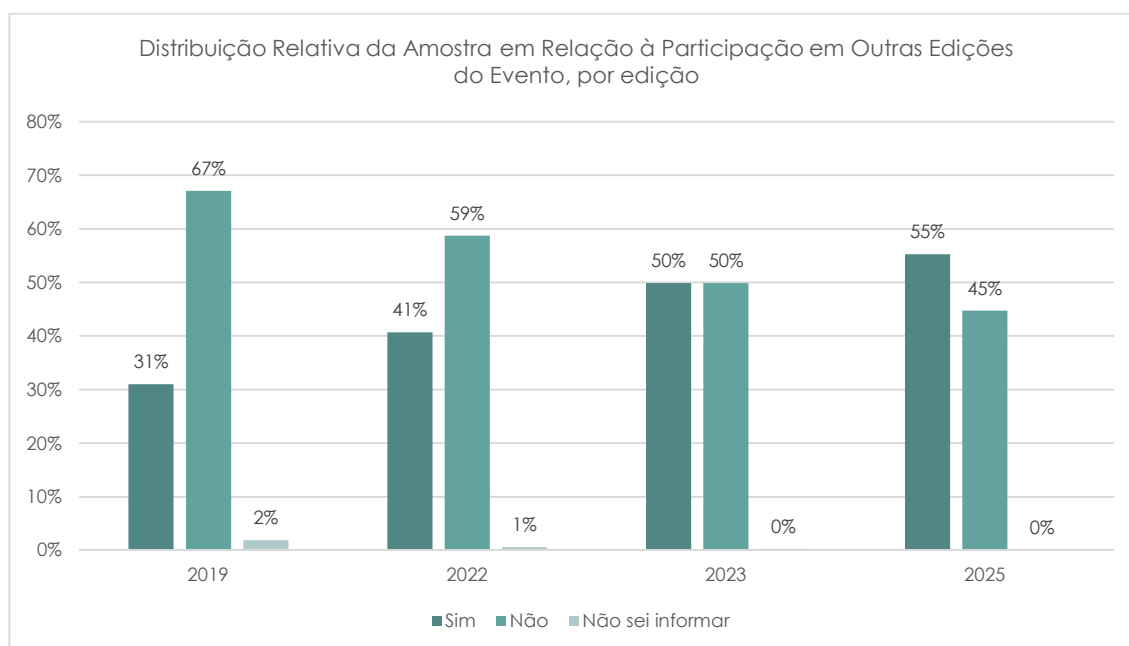
Ao analisar o nível de gasto planejado para o evento, em 2025, 49% dos pesquisados indicou que não fez planejamento de gastos, enquanto ocorreu um certo equilíbrio entre os 51% que responderam sobre o seu planejamento: 24% planejou gastar até R\$100,00, 12% planejou gastar entre R\$101,00 e R\$200,00, 10% planejou gastar entre R\$201,00 e R\$500,00 e 5% planejou gastar mais de R\$500,00. Esse cenário é mais próximo do que ocorreu em 2022 e 2023 e diferente do cenário de 2019, em que a maioria dos pesquisados (58%) indicava gastar até R\$ 200,00.



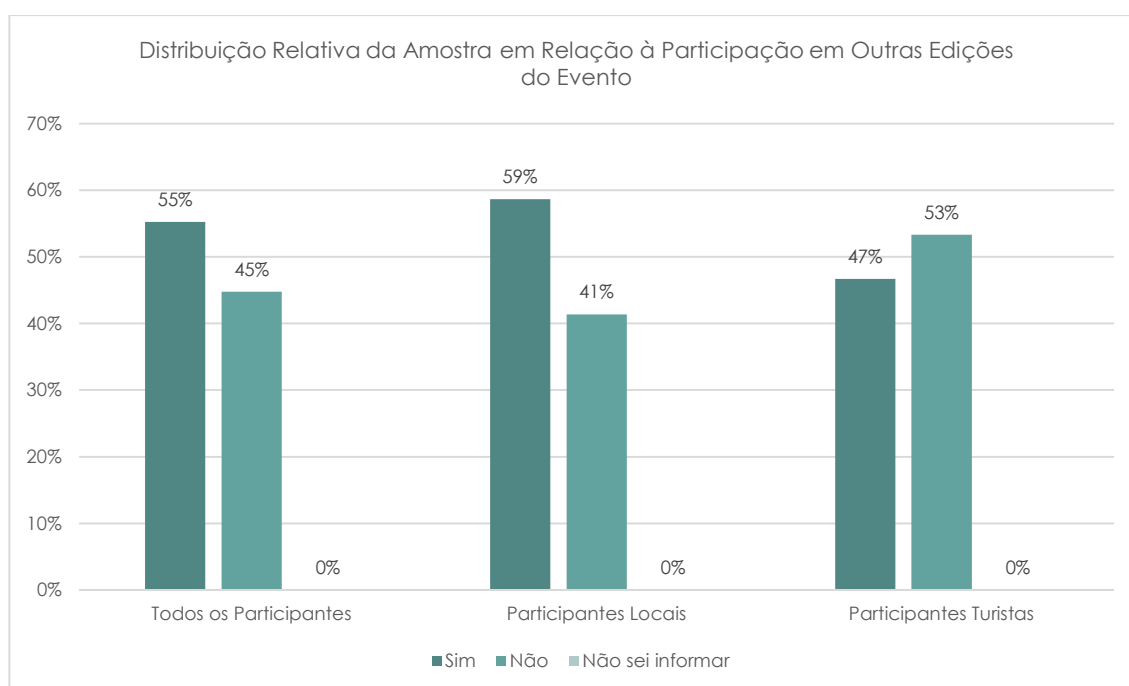


Ao se comparar participantes locais com participantes turistas, 47% dos locais não fizeram um planejamento de gastos. Entre os turistas o não planejamento de gastos é de 53% dos respondentes. Neste ano, o gasto planejado ficou parecido entre turistas e participantes locais. Boa parte (49%) dos participantes locais pretendiam gastar até R\$ 500,00. Este comportamento corresponde a 37% dos participantes turistas. Se o recorte for feito considerando os gastos entre R\$ 201,00 e mais de R\$ 500,00, tem-se 10% da amostra de participantes locais e 27% da amostra dos participantes turistas. Este resultado é coerente com o perfil de renda da amostra pesquisada. Nas críticas ou sugestões feitas ao evento, aparece a reclamação de que as coisas estavam muito “caras”.

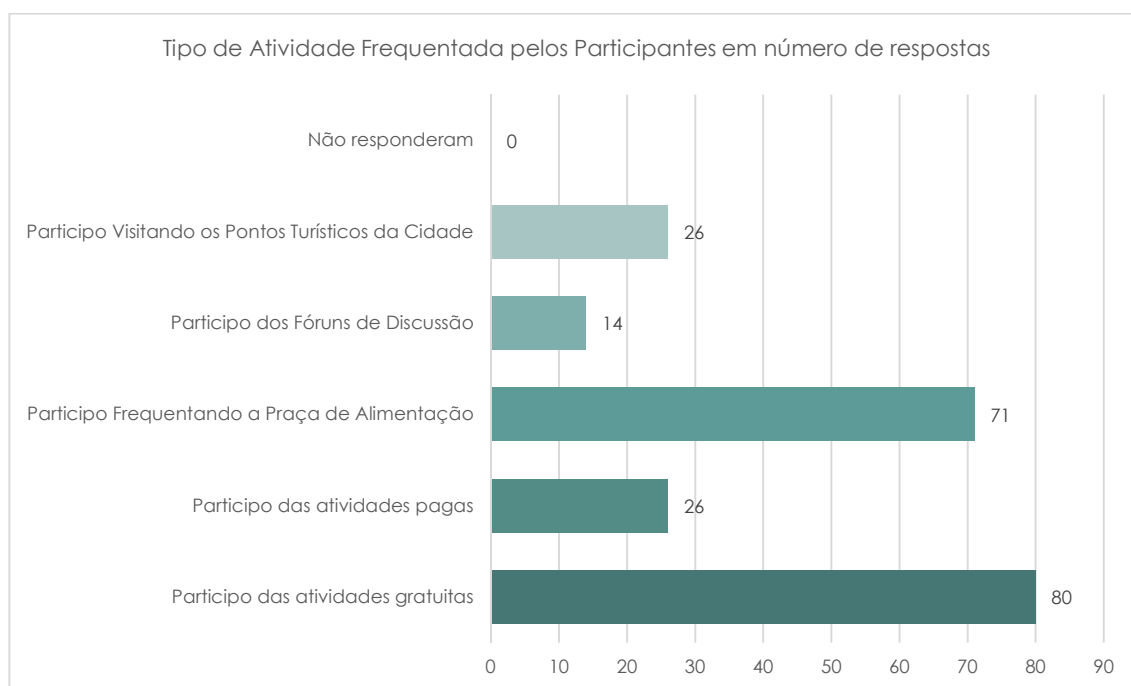
Quanto a participação em outras edições do evento, houve um aumento em relação aos anos anteriores em que a pesquisa foi realizada. Em 2025, 55% dos entrevistados indicaram já ter participado do evento (em 2019, 31% dos entrevistados indicaram já ter participado, em 2022, 41% e em 2023 50%). Isso significa que, entre os entrevistados, está crescendo o número de pessoas que volta a frequentar o evento.



A reincidência é maior entre os participantes locais (59%) do que entre os participantes turistas (47%). Importante destacar que houve um aumento expressivo dos participantes turistas que indicaram já ter participado do evento (de 29% em 2023 para 47% em 2025).



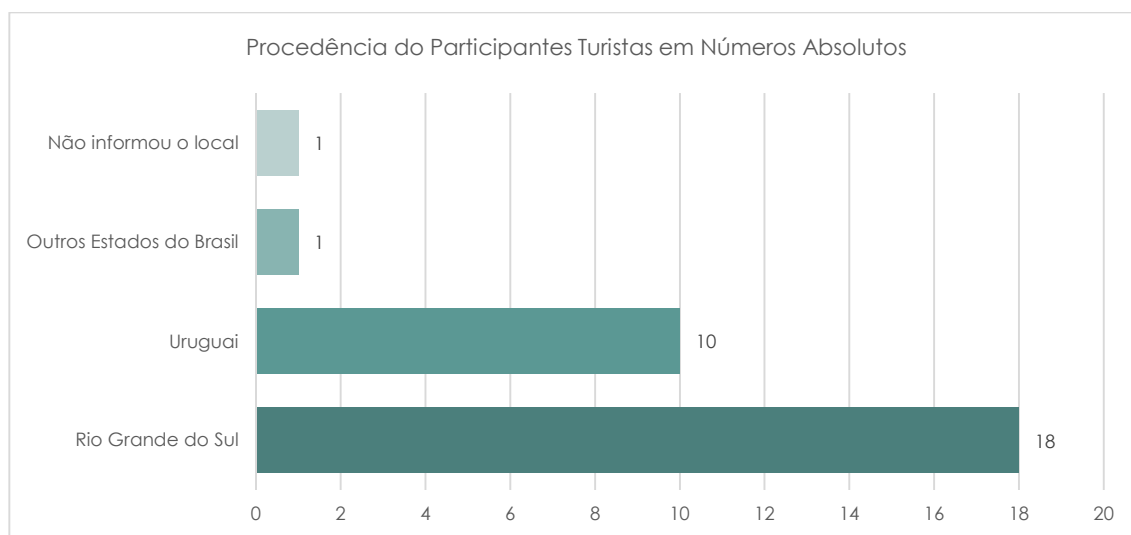
Uma das questões adicionadas a pedido dos envolvidos com a organização do evento dizia respeito a identificação do tipo de atividade escolhida pelo participante do evento. Os respondentes podiam indicar mais de uma atividade. As atividades gratuitas foram grandemente mais indicadas que as demais (80 menções). Praça de alimentação vem na sequência (71 menções). Atividades pagas e visita aos pontos turísticos da cidade são as próximas mais mencionadas com 26 menções cada. A participação nos fóruns de discussão ficou com 14 menções.



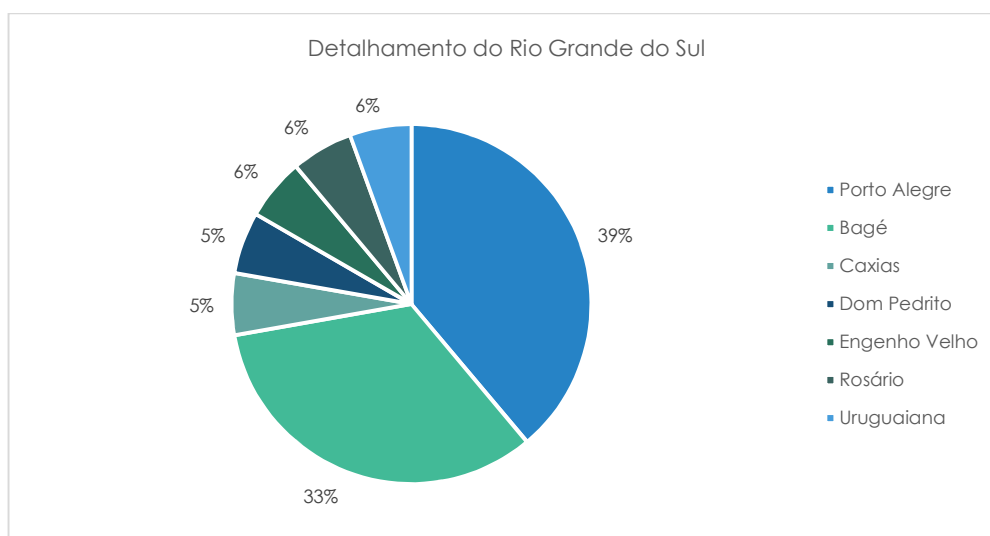
Observando-se as indicações por tipo de participante, os participantes turistas indicam mais as atividades pagas do que os participantes locais (16% entre os turistas e 10% entre os locais). A visitação a pontos turísticos segue a mesma tendência (16% entre os turistas e 11% entre os locais). Em ambos os grupos encontramos o mesmo percentual de menções a praça de alimentação (35%). Os fóruns de discussão são um pouco mais procurados pelos locais (7%) do que pelos turistas (5%)

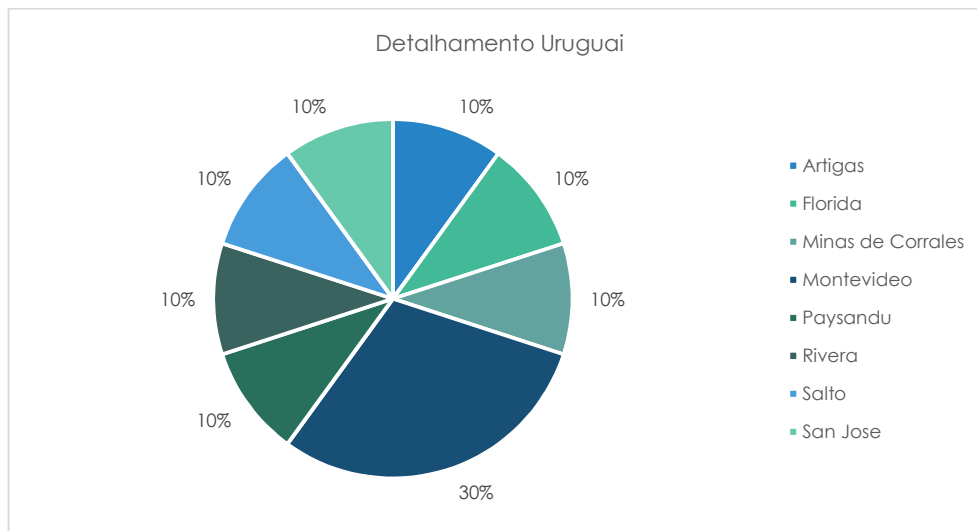
Características Gerais do Turista Participante

O turista participante foi caracterizado quanto a sua procedência, reincidência na cidade e no evento, características do pernoite, grupo de viagem e motivação para a viagem.

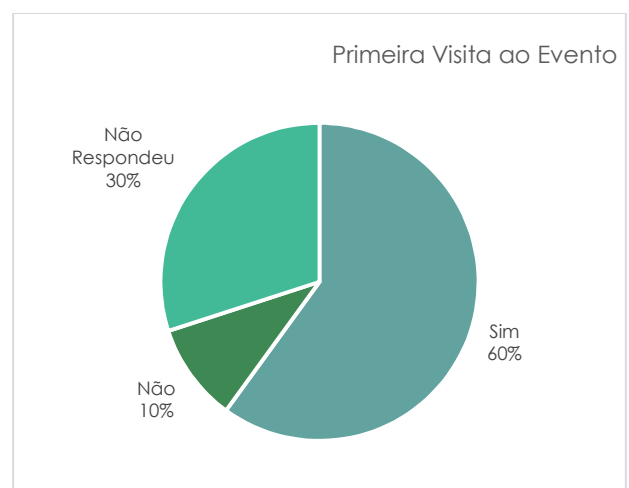
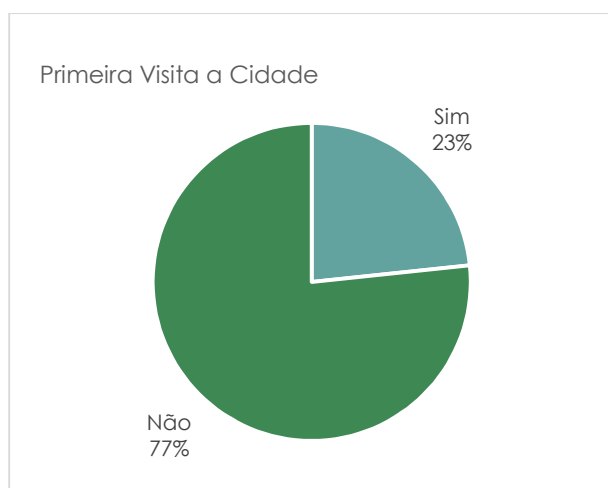


A maior parte dos turistas tem origem no Rio Grande do Sul (60% dos pesquisados. Entre os turistas Gaúchos, Porto Alegre, Bagé, Caxias, Dom Pedrito, Engenho Velho, Rosário e Uruguaiana são cidades citadas. Dentre os que vieram do Uruguai (33% dos turistas entrevistados) merece menção Montevidéo (30% dos turistas entrevistados). A diversidade de origem dos turistas reduziu sensivelmente este ano em comparação com a edição anterior do evento.

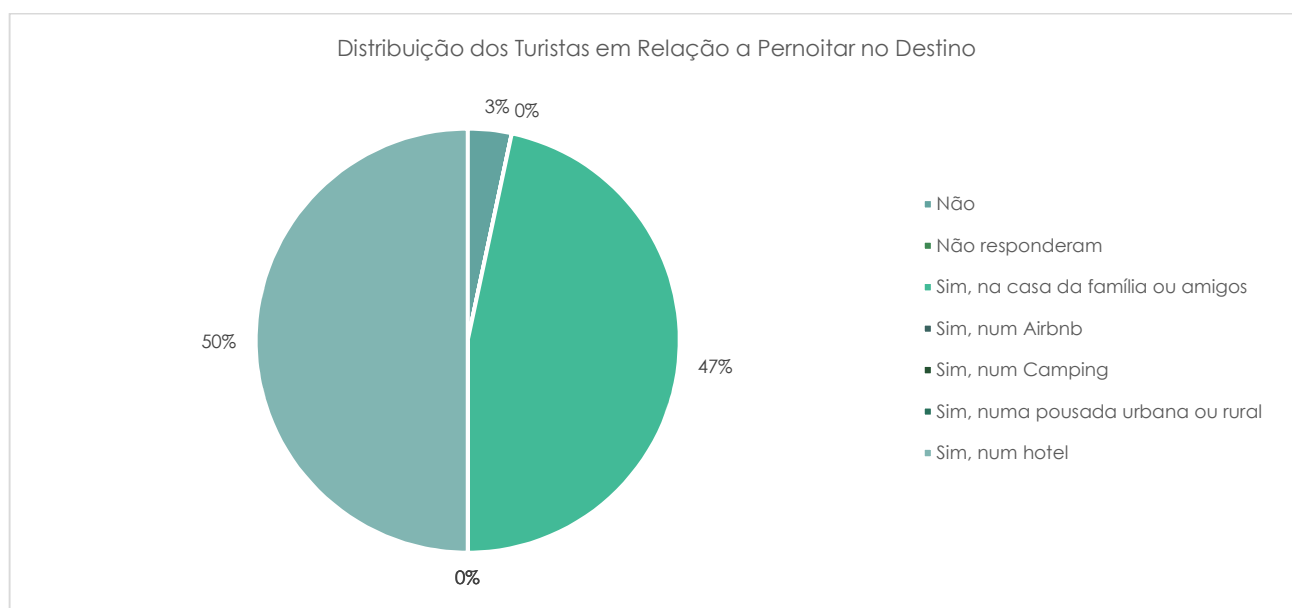




Ao se observar a reincidência dos turistas ao destino turístico em 2025, 77% dos turistas entrevistados indicou já ter estado na fronteira em outros momentos e 60% dos turistas indicaram ser a primeira vez que participam do Festival de Enogastronomia.



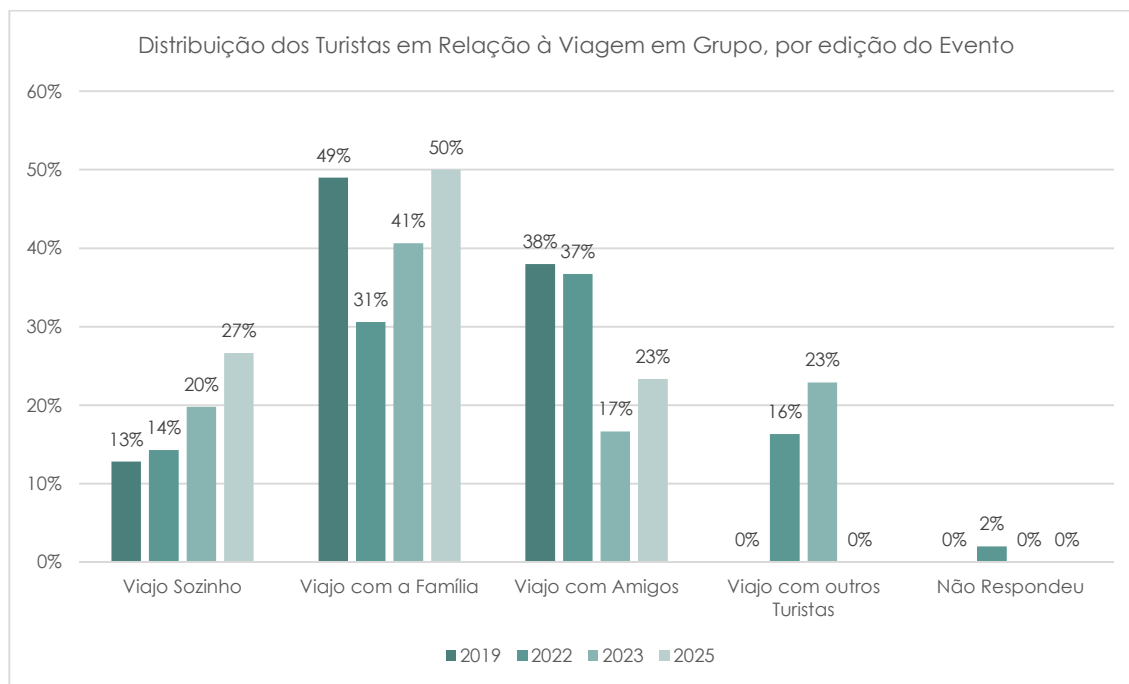
Interessante observar que nos anos anteriores em que a pesquisa foi realizada, 90% dos turistas haviam participado do evento pela primeira vez em 2019, 73% em 2022 e 76% em 2023. Por outro lado, o percentual de turistas que visitou as cidades pela primeira vez diminuiu em comparação com os anos anteriores. Foi de 23% em 2025, 37% em 2023, 28% em 2019 e 29% em 2022.



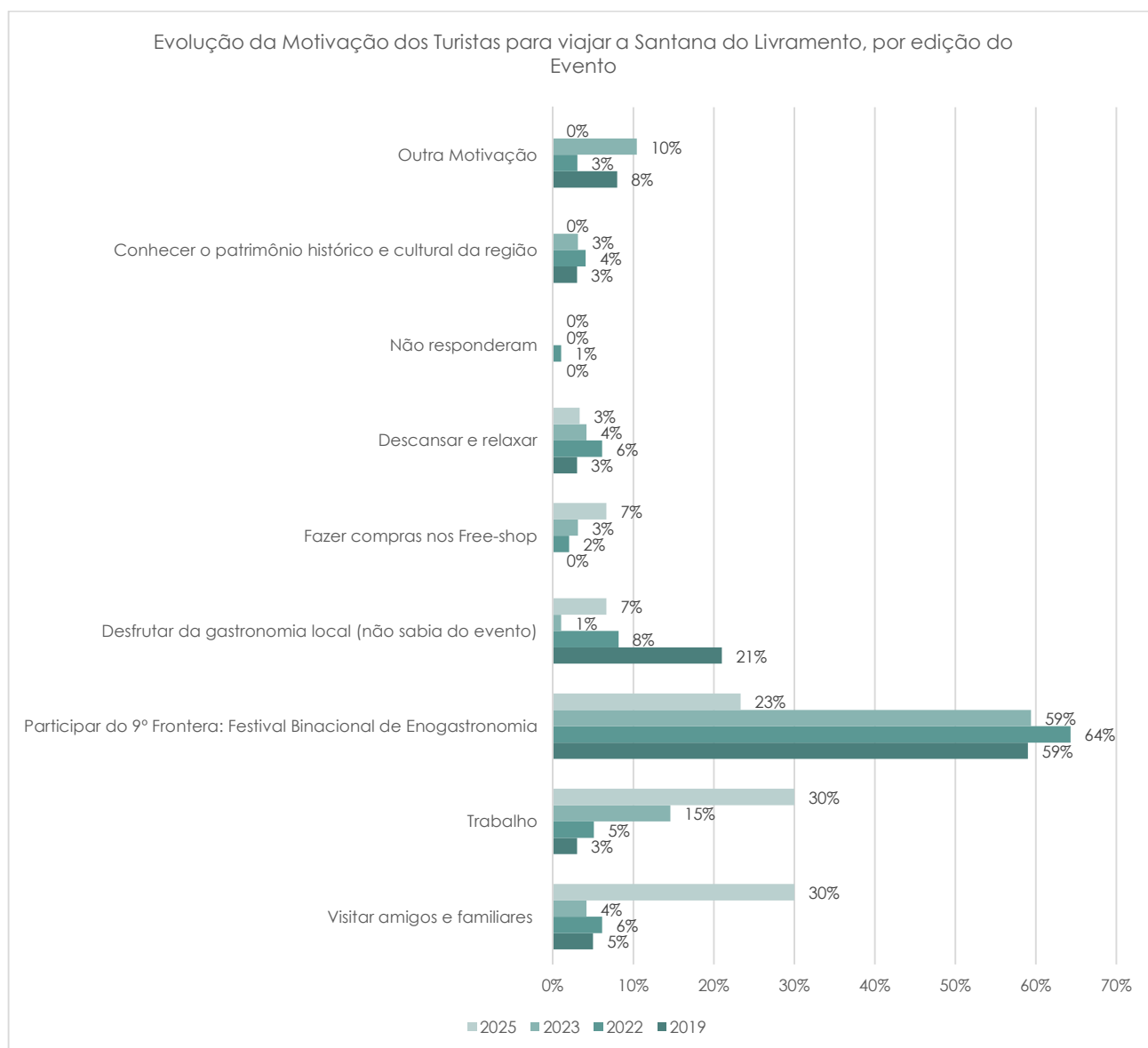
Em 2025, apenas 1 turista (3% da amostra) optou por não pernoitar em uma das cidades. Este número vem reduzindo ao longo das últimas edições do evento: em 2023 foram 13% dos turistas que optaram por não pernoitar nas cidades, 16% em 2022 e 0% em 2019.

Em 2025, a maior parte da amostra (50%) ficou em hotéis e 47% ficou na casa de familiares ou amigos. Não foram indicados outros tipos de hospedagem. Os números de 2025 são semelhantes aos anos anteriores no que diz respeito à hospedagem em hotéis: 56% da amostra de turistas ficou em hotel em 2023, 61% em 2022 e 77% em 2019). Mas houve um aumento expressivo do número de turistas pesquisados que optaram por ficar na casa de familiares ou amigos. Nos anos anteriores este número foi de 19% em 2023, 18% em 2022 e 21% em 2019. Outra diferença é que anos anteriores houve a indicação de permanência em em pousadas (4% em 2023, 1% em 2022 e 3% em 2019) e em Airbnb (8% em 2023).

Quando questionados se viajavam sozinhos ou acompanhados, aumentou o percentual para 27% dos turistas que indicaram viajar sozinhos (20% em 2023, 13% em 2019 e 14% em 2022). Nas viagens em grupo, 50% viaja com a família (grupos de 4 pessoas em média), 23% viaja com amigos (grupos de 7 pessoas em média). Não houve indicação de viagem com outros turistas. Tanto o maior grupo de amigos quanto o maior grupo familiar indicava 12 pessoas no grupo.



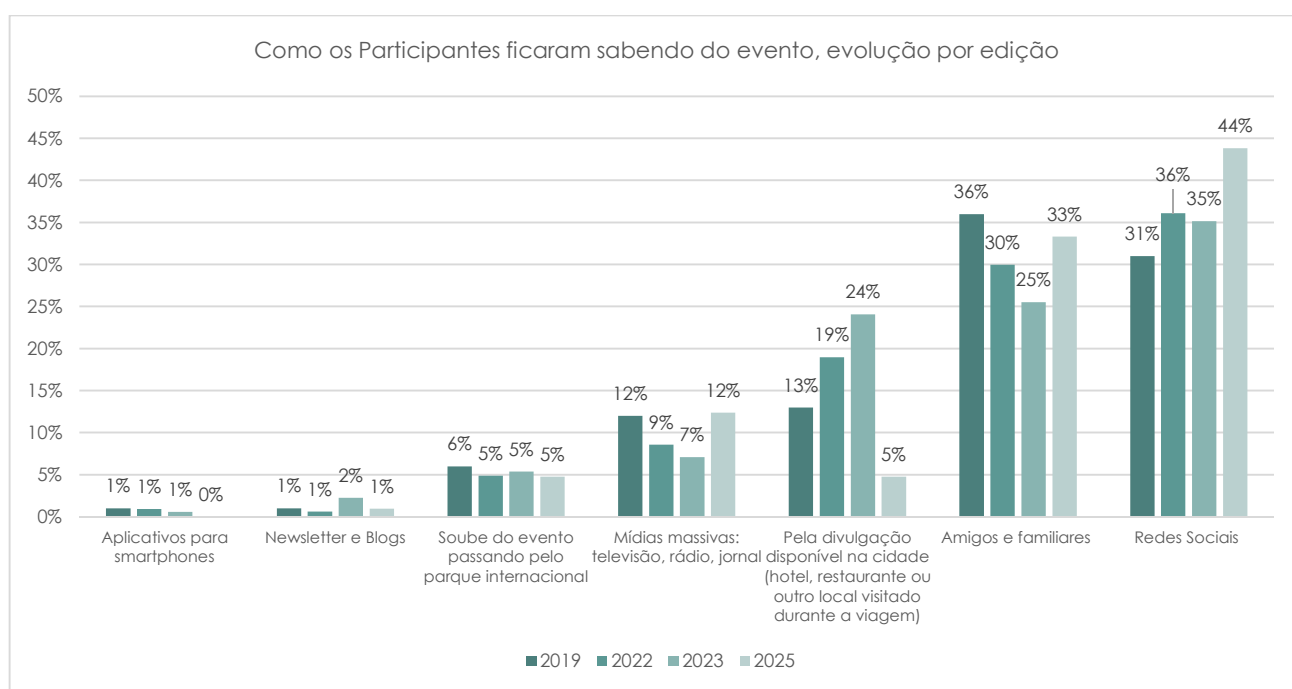
Comparando com os resultados anteriores: viagem com familiares aumentaram em relação às duas edições anteriores, voltando aos patamares de 2019 (eram 41% das menções em 2023, 31% em 2022 e 49% em 2019); viagens com amigos aumentara em relação a 2023, mas ainda são menores que nos anos anteriores (17% em 2023, 38% em 2019 e 37% em 2022); a viagem em grupo de turistas não foi citada, assim como em 2019 (23% em 2023, 0% em 2019 e 16% em 2022).



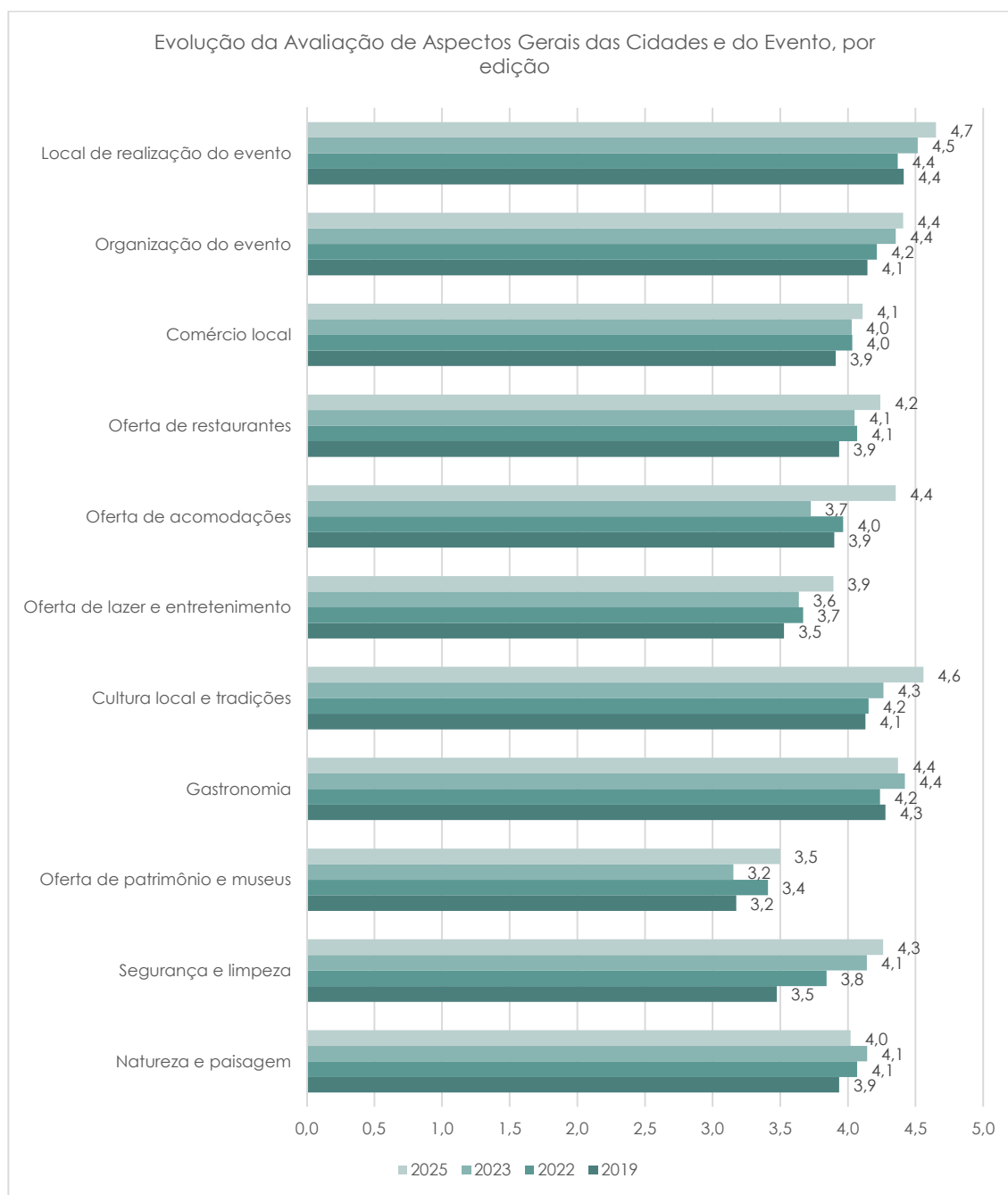
Quando se observam os motivos que levaram o turista ao destino turístico em 2023, 23% dos pesquisados indicaram a participação no evento como o principal motivo (percentuais bem menores do que nos anos anteriores, 59% em 2023, 59% em 2019 e 64% em 2022). O segundo motivo que levou o turista à fronteira foi o trabalho (30%) e o terceiro foi visita à família ou amigos (também 30%). Estes dois motivos foram expressivamente maiores do que nos anos anteriores. Aumentou um pouco a menção a compras em free-shops (que vinha na casa dos 3% e aumentou para 7%). Este foi o mesmo percentual de desfrutar a gastronomia local. Descansar e relaxar ficou na casa dos 3%, parecido com o percentual do ano anterior.

Avaliação do Evento e do Destino Turístico

O evento e o destino turístico foram avaliados considerando-se a forma de acesso à divulgação do evento, aspectos gerais do destino turístico e do evento, percepções específicas sobre o evento, imagem afetiva gerada pela visita, lealdade com o destino e com o evento. Adicionou-se uma questão nova nesta seção, a pedido dos organizadores, visando identificar a melhor época para o evento. Algumas das questões usaram escalas do tipo Likert para captar a intensidade na resposta. As mesmas serão apresentadas quando necessário para entender o resultado observado.



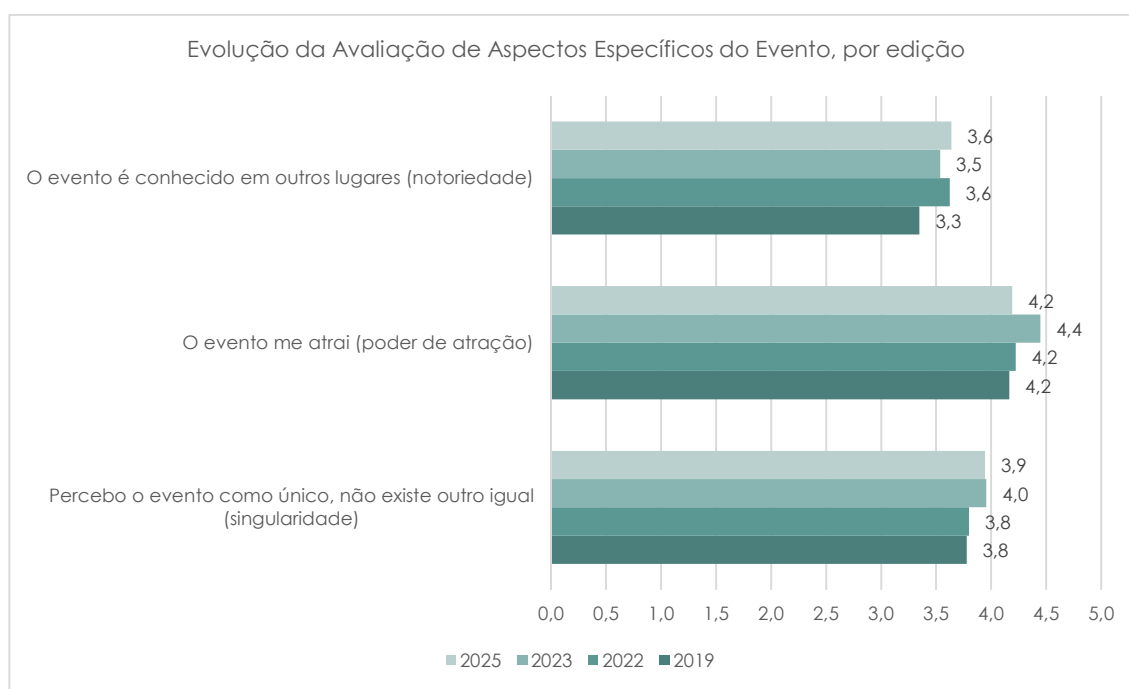
Quando considerada a forma de acesso à divulgação do evento em 2025, cabe destacar que as redes sociais e as informações obtidas entre amigos e familiares estão entre as principais fontes de informação (44% e 33% das menções respectivamente). Isso repete uma tendência observada nas pesquisas anteriores, com uma diferença: caiu expressivamente a importância (de 24% para 5%) da divulgação disponível na cidade (hotéis, restaurantes ou outros locais visitados) e aumentou relativamente bem (de 7% para 12%) o efeito das mídias massivas na divulgação. Como nas outras edições, uma parte pequena tanto para participantes turistas quanto locais (5%) souberam do evento passando pelo parque e as Newsletter, Blogs e aplicativos para smartphones não se mostraram relevantes para informar os participantes acerca do evento (1%).



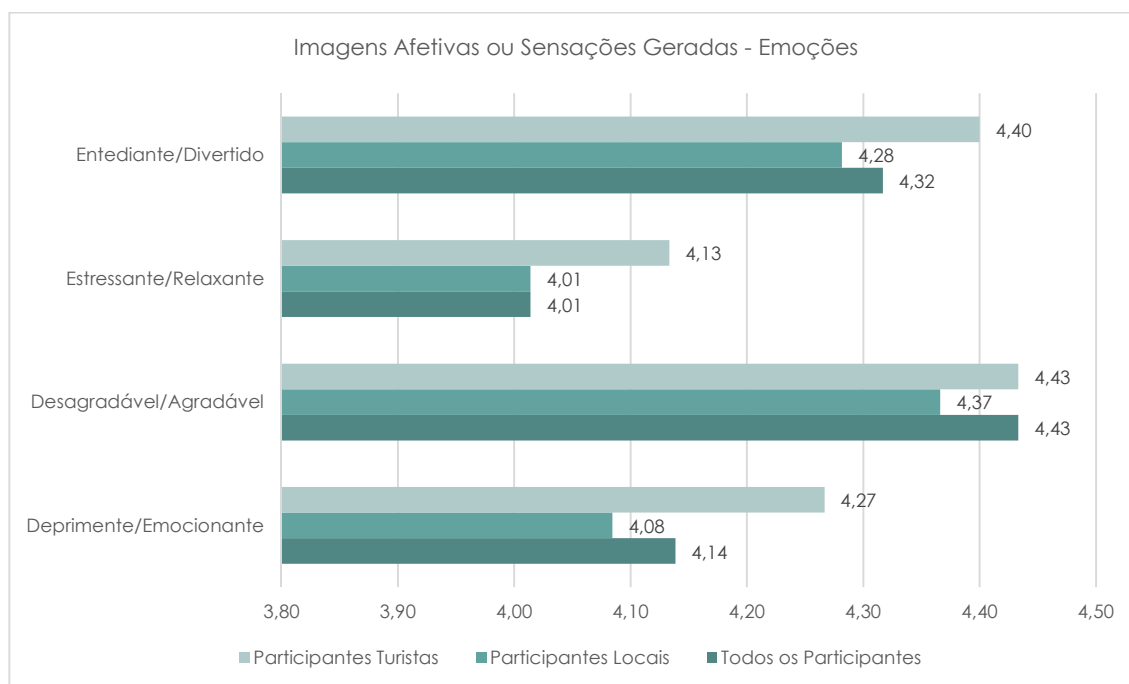
Quando os participantes foram convidados a avaliar aspectos gerais da cidade e do evento, foram apresentados à seguinte escala de avaliação: 1 – Totalmente Insatisfeito, 2 – Insatisfeito, 3 – Indiferente, 4 – Satisfeito, 5 – Totalmente Satisfeito. Todas as médias das avaliações se encontram acima da pontuação 3, ou seja, o participante está de indiferente a satisfeito nos quesitos avaliados. Significa que todos os itens foram bem avaliados, e em quase todos os itens apresentados, os participantes turistas têm uma avaliação melhor do que os participantes locais (a única exceção relaciona-se a avaliação da segurança e limpeza, em que os turistas avaliam a oferta com 4,2 enquanto os locais avaliam com 4,28).

As maiores médias, ou seja, em que participantes turistas e locais estão mais satisfeitos, estão nos itens “Local de realização do evento” com média 4,7, “Cultura Local e Tradições”

com média 4,6 e “Gastronomia”, “Organização do evento” e “Oferta de acomodações com média 4,4. Apesar de um aumento da avaliação, as menores médias, ou seja, em que participantes turistas e locais estão menos satisfeitos, permanece no item “Oferta de patrimônio e museus” com média 3,5. Chama atenção o aumento das avaliações feitas sobre a “Oferta de acomodações” e sobre a “Cultura local e tradições”, acompanhadas pelo aumento da percepção sobre “Segurança e limpeza”.



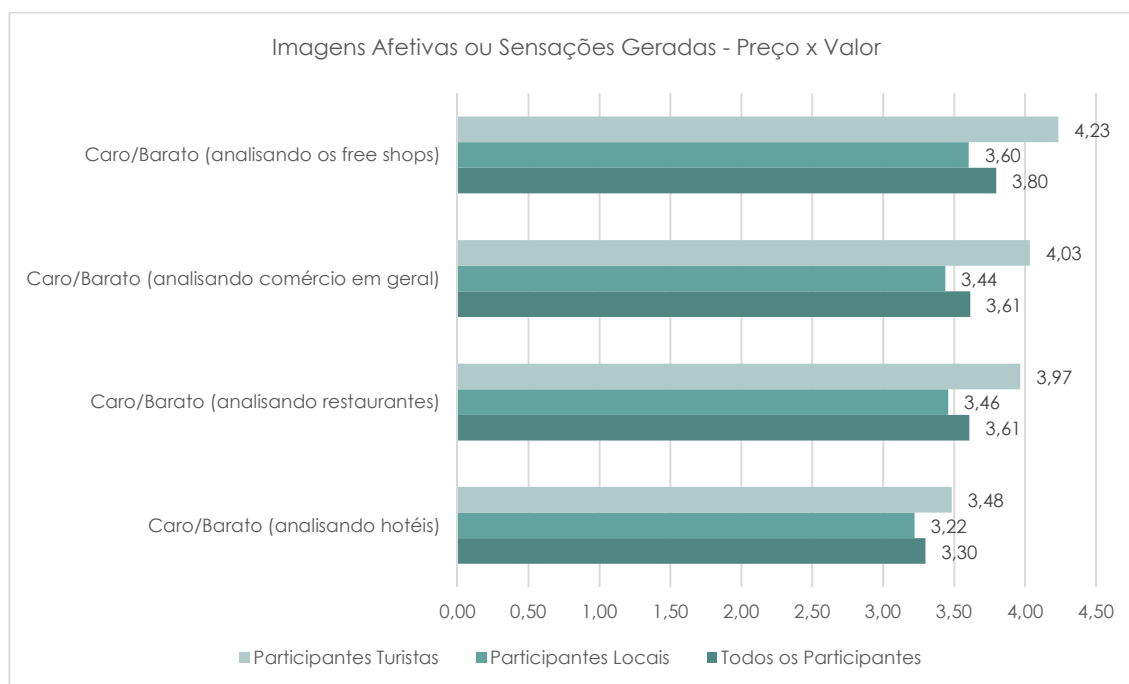
Para indicar percepções específicas sobre o evento em 2025, os participantes foram apresentados a afirmativas que diziam respeito as seguintes sensações: notoriedade do evento, poder de atração e singularidade do evento. Para posicionarem-se puderam escolher uma alternativa dentro da seguinte escala: 1 – Discorda Fortemente, 2 – Discorda, 3 – Indiferente, 4 – Concorda, 5 – Concorda Fortemente. Os grupos de participantes turistas e locais têm percepções parecidas sobre o evento nesta análise (apenas na singularidade os turistas consideram mais singular que os locais). Das três sensações, a menos presente é a notoriedade, pois a intensidade sinalizada está mais próxima do indiferente. Esta avaliação é semelhante a de 2023, 2022 e de 2019. Quanto a poder de atração, pode-se dizer que esta é a sensação mais forte nos participantes tanto locais quanto turistas. A singularidade também mostra-se presente, mas com uma concordância um pouco mais fraca do que a dada ao poder de atração. Também nestes quesitos a avaliação foi semelhante a feita pelos pesquisados nos anos anteriores.



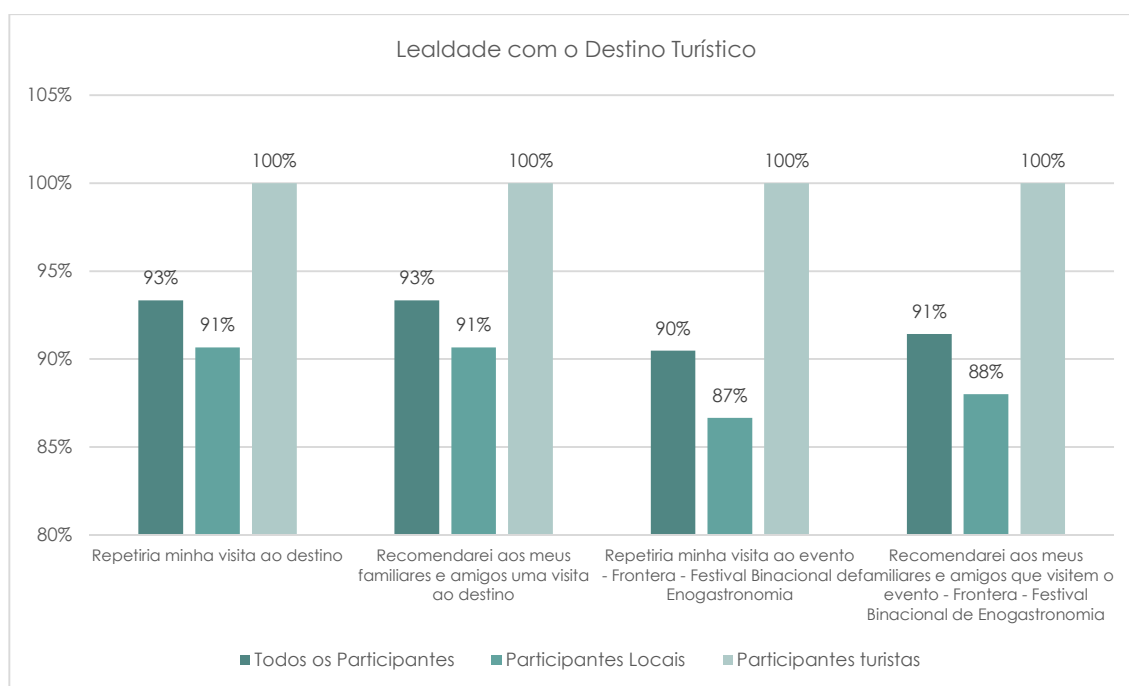
Quando se trabalha com a imagem afetiva deixada pela visita nos participantes, ideias opostas foram apresentadas e o respondente foi convidado a avaliá-las dentro da seguinte escala: 1 – Sensação muito negativa, 2 – Sensação negativa, 3 – Indiferente, 4 – Sensação positiva, 5 – Sensação muito positiva. Pode-se afirmar que para todas as imagens observadas neste bloco, a sensação deixada pela visita é positiva, pois estão acima de 4 pontos na escala. Em 2022 havia pouca variação entre a percepção do participante local e do participante turista, mas já se podia dizer que a percepção do participante turista era um pouco mais positiva do que a do participante local. Em 2023 esse cenário se mantém, no entanto, pode-se dizer com mais ênfase que os turistas têm uma percepção mais positiva que os locais. Em 2025 nota-se que o participante turista apresenta imagens afetivas sensivelmente mais positivas que o participante local.

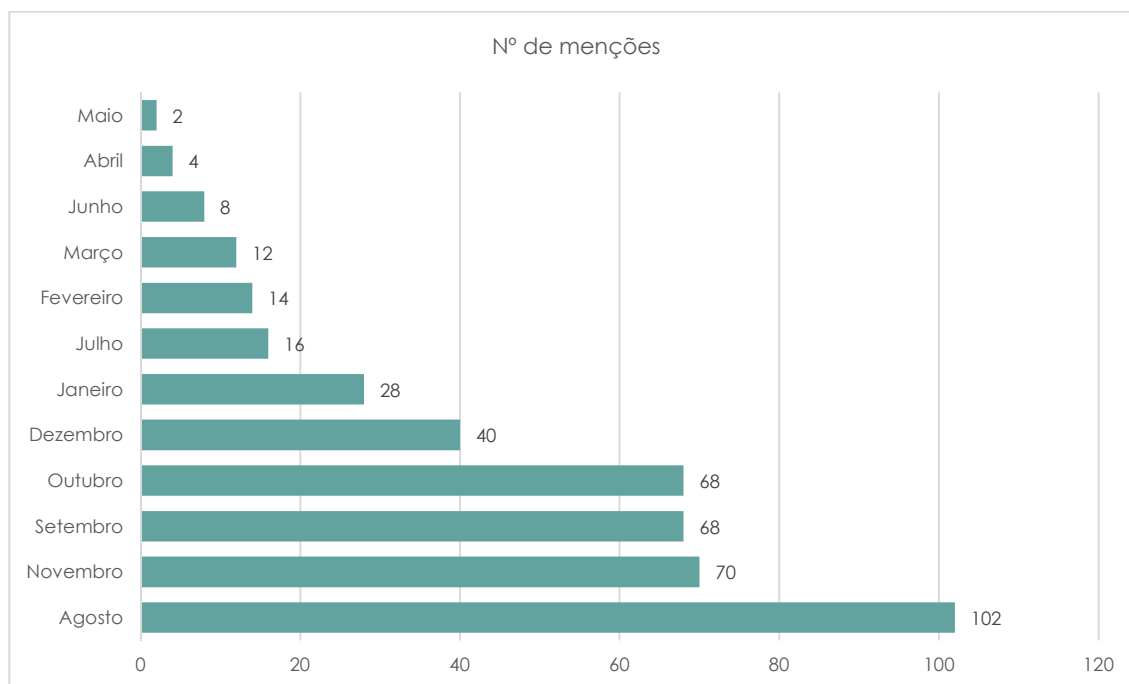
Ainda trabalhando com a mesma escala e com a imagem afetiva deixada pela visita, os participantes também foram questionados sobre a sensação de caro e barato para os serviços acessados. Pelas respostas de 2025, pode-se dizer que a sensação deixada é levemente positiva, o que sinaliza, talvez, uma impressão de preço justo. A posição dos turistas é um pouco mais positiva do que o participante local.

Comparando-se com as respostas obtidas em anos anteriores: a pontuação aumentou um pouco no que diz respeito a percepção de diversão, de ser um evento agradável e os preços dos free-shops, mas caiu um pouco nos outros todos os quesitos avaliados, sendo mais expressiva na questão relativa a percepção de preço do comércio em geral.



Para avaliar a lealdade ao destino turístico e ao evento, tenta-se captar a intenção do participante de repetir a experiência. Pode-se dizer, tranquilamente, que tanto participantes locais quanto participantes turistas terminam o evento com vontade de voltar e com vontade de recomendá-lo a família e aos amigos. Fica muito claro, na edição de 2025, que o participante turista sai com uma lealdade mais forte em relação ao evento do que o participante local, em todos os quesitos avaliados.





Ao serem questionados sobre a melhor época para a realização do evento, a grande maioria indicou agosto (102 menções), seguido de novembro (70 menções) como o melhor mês para a atividade. Importante destacar que o respondente poderia indicar mais de um mês em sua resposta. Se organizadas as respostas por estação do ano, tem-se a seguinte análise: O Inverno é a estação mais apontada (186 menções), puxado principalmente por Agosto (102). A Primavera também tem bastante força (138 menções), com destaque para Novembro e Outubro. O Verão aparece em terceiro lugar (94 menções), com maior presença de Janeiro e Dezembro. O Outono foi pouco lembrado (14 menções).

Sugestões e Comentários dos Participantes Entrevistados

As sugestões e comentários foram organizados em categorias, destacando-se o número de menções obtidas e o texto típico que foi usado para a afirmativa. O resumo das informações coletadas encontra-se no quadro abaixo.

Tema	Nº de menções	Exemplos de comentários
Sem sugestão / está bom assim	35	"Nenhuma", "Tá bom do jeito que está", "Está ótimo"
Divulgação / Informação	14	"Maior divulgação", "Mais informações nas redes sociais", "Mapa do evento"
Espaço / Logística	13	"Muito lotado", "Stands apertados", "Dificuldade de se localizar"
Infraestrutura	7	"Mais lixeira", "Banheiros mais acessíveis", "Melhorar iluminação"
Degustação / Comida	6	"Mais degustação de vinhos", "Comidas mais locais"
Preço / Acessibilidade	6	"Muito caro", "Preços mais acessíveis"
Shows / Entretenimento	5	"Mais shows gratuitos", "Trazer shows nativistas"
Estacionamento	4	"Estacionamento é ruim", "Melhorar o estacionamento"
Feira do Livro	3	"A feira do livro poderia ser maior"
Apoio local / Veganismo	2	"Dar maior atenção aos empreendedores locais", "Maior atenção ao veganismo"
Outros	10	Sugestões diversas: água quente para chimarrão, cultura da erva-mate, melhorar energia/água, etc.

GEODes:

GEODes – Grupo de Estudos e Pesquisas em Organizações e Desenvolvimento

Docentes

André da Silva Redivo

Angela Quintanilha Gomes

Bruna Coradini Nader

Carlos Hernan Céspedes

Debora Nayar Hoff (Coord.)

Igor de Menezes Larruscaim

Lucélia Ivonete Juliani

Margarete Leniza Lopez Gonçalves

Mauro Barcellos Sopena

Samanda Silva da Rosa



Voluntários

Bianca Borger Lussani

Juliana Pereira Quevedo

Vitória Espíndola Borges

Referências Bibliográficas

FOLGADO FERNÁNDEZ, José Antonio; HERNÁNDEZ MOGOLLÓN, José Manuel; DUARTE, Paulo Alexandre Oliveira. El Perfil del Turista de Eventos Culturales: un análisis exploratorio. **International Journal of World of Tourism**, 1 (2), 1-9., 2014.

VILLANUEVA, Pilar. La educación de adultos hoy. Necesidad y perspectiva de cambio. Valencia: Promolibro, 1987.