



Qualidade dos serviços no Maior São João do Mundo: Análise das percepções a partir do Tourqual

Gabriela Dione Florencio de Lima¹

Kettrin Farias Bem Maracajá²

Tiago Savi Mondo³

Resumo

A gestão da qualidade dos serviços turísticos em eventos como uma importante alternativa para promover controle de processos e melhorias, impactando diretamente na melhoria da competitividade e economia local. A qualidade é definida a partir das percepções dos visitantes que utilizam o serviço, podendo surgir ideias de melhorias a partir da análise das percepções turísticas. Deste modo, o objetivo dessa pesquisa é analisar a percepção de qualidade dos turistas no maior São João do Mundo. Para tanto, realizou-se uma pesquisa aplicada, quantitativa, de campo. O Instrumento foi o questionário fechado baseado no modelo Tourqual. Os dados foram coletados de Junho a Agosto de 2022. A amostra foi composta por 398 turistas, considerada não probabilística por conveniência. Os dados foram analisados por meio de estatística descritiva, teste de normalidade, regressão linear múltipla e correlação de Spearman no SPSS 22. Os principais resultados indicam um nível de satisfação de 7,49 (máximo 10) e o indicador que mais influencia a satisfação dos visitantes é a variedade de atividades com média (4,00), sendo o pior indicador a disponibilidade e limpeza dos banheiros, com média (2,56). O modelo considera todos os indicadores apresentou um R quadrado que explica 65,2%, comprovado por uma significância menor que 0,05. Os preditores que mais influenciam na variável dependente são variedade de atividades no evento $\beta = (0,331)$ e a facilidade de compra dos ingressos $\beta = (0,172)$. Concluindo que os gestores do evento devem dedicar uma maior atenção aos indicadores que estão em situações críticas para que se possa ter uma melhoria contínua. Como sugestões gerenciais, destaca-se a importância da inovação na qualidade dos serviços prestados, de forma que a análise das percepções passa a ser fundamental para o aumento da satisfação sobre o destino turístico. Como limitações do estudo, a falta de sinal de internet em vários lugares do evento dificultou as respostas dos visitantes que estavam presentes no local.

Palavras-chave: Turismo de eventos; Gestão da qualidade; Percepção Turística; Tourqual.

¹ Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Administração na Universidade Federal de Campina Grande (UFCG), Lattes: <http://lattes.cnpq.br/3492618575046194>, email: gabriela.dflorencio@gmail.com.

² Pós-doutorado em Turismo na Universidade Federal do Paraná (UFPR), Lattes: <http://lattes.cnpq.br/5398977630029480>, email: kettrin.farias@uaac.ufcg.edu.br

³ Ph.D. em Administração pela UFSC e Pós-Doutor em Turismo pela UFPR, Professor Permanente do PPGTur UFF. CV: <http://lattes.cnpq.br/4895038668662504>, E-mail: tiagomondo@gmail.com.