

( ) Graduação (X) Pós-Graduação

**“A CIDADE VIVE O NATAL”: um relato de prática**

**Marcelo da Silva Mello Dockhorn**  
UFMS  
marcelo.dockhorn@ufms.br

**Wesley Osvaldo Pradella Rodrigues**  
UFMS  
Wesley.rodrigues@ufms.br

**Danila Cristiane Marques Sanches Dockhorn**  
IFMS  
danielasanches@gmail.com

**RESUMO**

O projeto "A Cidade Vive o Natal" realizado em Naviraí (MS) tem como objetivo trazer o espírito natalino para a população local, além de impulsionar o comércio da região. Tradicionalmente realizado na praça central, o evento de 2023 expandiu-se para outras áreas da cidade. Uma pesquisa foi conduzida pela Universidade Federal e Instituto Federal locais para avaliar a percepção da população sobre essa mudança e a intenção de compra para o Natal. A pesquisa, realizada com 190 participantes, revelou uma avaliação positiva dos eventos, embora próxima à neutralidade. A ação mais bem avaliada foi a inauguração da Casa do Papai Noel no Parque Sucupira, enquanto os concertos na praça Onevan de Matos receberam a pior avaliação. Em relação às intenções de compra, a maioria dos entrevistados planejava gastar entre R\$51 e R\$100 em presentes, com destaque para roupas, calçados e perfumes. As críticas dos entrevistados incluíram a percepção de "abandono" da praça central e a distância do novo local do evento.

**Palavras-chave:** Natal; Intenção de Compras; Eventos.

## 1 CONTEXTUALIZAÇÃO

Há alguns anos a cidade de Naviraí (MS) realiza o projeto “A Cidade Vive o Natal”, O evento é realizado pela Fundação Municipal de Cultura e pretende trazer o clima de Natal para a população de Naviraí e região, além de fomentar o comércio local. Tradicionalmente, as atrações são realizadas na praça central. Porém, para o Natal de 2023 houve a intenção de tentar levar o evento para mais próximo da população, levando atrações a várias praças da cidade.

A cidade de Naviraí é situada no Sul do estado de Mato Grosso do Sul, região centro-oeste do Brasil. A população é de aproximadamente 50.457 pessoas pelo censo de 2022 e IDH 0,700 [2010] (IBGE, 2024), o que representa um IDH médio.

## 2 DESENVOLVIMENTO

Possivelmente, a mudança que trouxe mais impacto para a população foi a alteração do local da localização da “Casa do Papai Noel” (Figura 1). Que em outros anos ficava localizada na praça central da cidade para um parque localizado a aproximadamente 750m de distância (Parque Sucupira). O parque é considerado subutilizado pela população, por parte da gestão municipal.

Figura 1: Vista do Parque sucupira com a decoração natalina de 2023



Fonte: Júnior Lopes Assessoria, Navirai (2024).

Os eventos realizados dentro do projeto foram: Ação 1: Inauguração Casa do Papai Noel - Parque Sucupira, 09/12 às 18h; Ação 2: Teatro Expresso Polar - Praça Sakae Kamitami, 10/12 às 18h; Ação 3: Parada “A Cidade Vive o Natal - Av. Weimar Gonçalves Torres, 12/12 às 17h e Ação 4: Concertos de Natal - praça Onevan de Matos, 16/12 às 19h30.

Dentro deste contexto, a gerência municipal de cultura solicitou à Universidade Federal de Mato Grosso do Sul e ao Instituto Federal de Mato Grosso do Sul, ambos da cidade de Naviraí, a realização de uma pesquisa para **entender a percepção da população quanto à alteração do local da realização dos eventos e qual a intenção de compra de presentes, no comércio local**, para o Natal daquele ano. Para isto foi realizada uma pesquisa quantitativa buscando abordar a percepção da população em relação aos eventos e outros aspectos complementares dos eventos: segurança do evento, iluminação do espaço, iluminação acesso ao local das ações, o que achou ações parque sucupira (decoração/atrações), organização do evento, atendimento das barracas, parque de diversões, variedades dos produtos oferecidos em barracas, qualidade das apresentações culturais, qualidade dos brinquedos do parque de

diversões e horário de funcionamento do evento. A partir destes aspectos, buscou-se o desenvolvimento de um instrumento de pesquisa sucinto.

A pesquisa foi realizada por meio de um questionário fechado, adotando uma escala tipo *Likert* por meio de 5 opções. Com opções variando de muito insatisfeito, insatisfeito, indiferente, satisfeito e muito satisfeito, com uma correspondência numérica variando de 1 a 5, e ainda a opção não se aplica, caso o respondente não tenha participado de evento em específico. De forma complementar, foram anotadas observações apresentadas pelos entrevistados.

A pesquisa foi realizada por meio da disponibilização de um *QRcode* exposto nos horários, locais do evento e ao longo do período da realização do projeto, por meio de redes sociais e por entrevistadores que abordaram os entrevistados durante os eventos. Tanto entrevistando, quanto incentivando a responderem por meio digital.

A amostra foi alcançada por conveniência e conta com 190 respondentes. A análise dos dados é por meio de estatística descritiva. É composta por 137 respondentes que se identificaram como do sexo feminino e 52, masculino, do total 84 solteiros e 75 casados. A maioria dos respondentes encontra-se na faixa etária entre 31 e 40 anos.

Em relação a renda 24 respondentes afirmaram não ter renda. e a maior frequência de renda apresentada pelos respondentes encontra-se na faixa entre R\$ 1875,00 a R\$ 3748,00. Entendendo-se que o salário-mínimo no período era de R\$ 1.320,00. A amostra apresenta renda compatível com o apurado como média pelo IBGE de 2,3 salários-mínimos. (IBGE, 2024).

A pesquisa foi composta por identificação do perfil do respondente, principalmente perguntas sobre avaliação dos eventos e intenção de compra de forma complementar. A mediana de todas as questões em relação a satisfação em relação ao evento representa satisfeito. Entendendo-se que foi adotada uma escala tipo likert de cinco pontos, foi feita média entre as respostas e encontrou-se medias entre 3,4 e 3,6 para todas as respostas.

**Tabela 1: média, moda e mediana das questões que apresentaram maiores ou menores valores em relação às demais questões em relação às percepções de satisfação**

|         | Abertura de “A Cidade Vive o Natal” | Concertos de Natal - praça Onevan de Matos | Sensação de segurança |
|---------|-------------------------------------|--|-----------------------|
| Média   | 3,59                                | 3,51                                       | 3,33                  |
| Mediana | 4                                   | 4  | 4                     |
| Moda    | 5                                   | 5  | 4                     |

Fonte: dados da pesquisa

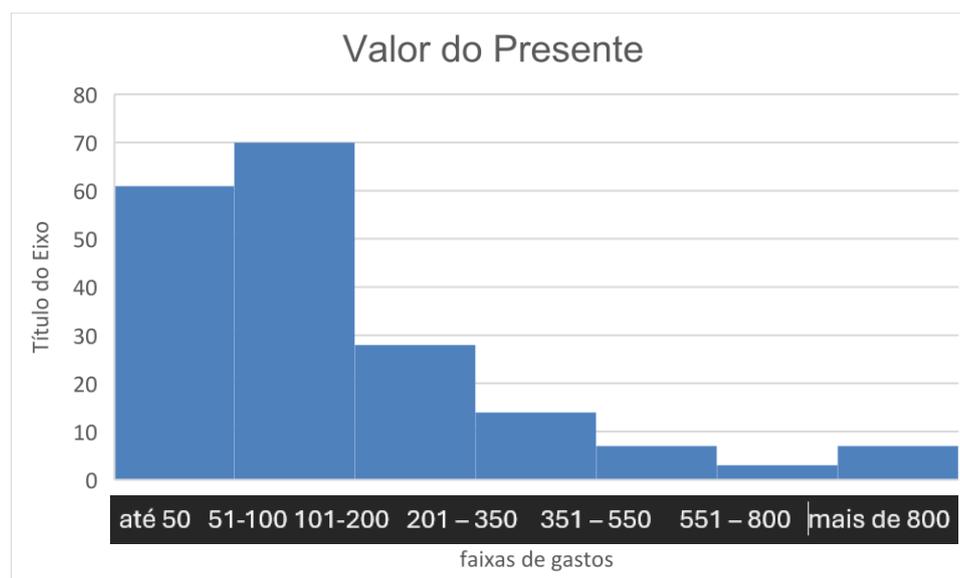
Pode-se entender a partir destas respostas que a avaliação dos eventos foi positiva, porém próxima a neutralidade. O evento que teve melhor avaliação foi a “Inauguração Casa do Papai Noel - Parque Sucupira” onde foram realizadas Casa do Papai Noel, localizada no Parque Sucupira. Além disso, o parque também recebeu um espetáculo apresentado pela Companhia de Dança, Teatro e Circo Sou Arte, uma decoração temática natalina, foi realizada a chegada no Papai Noel na cidade com a presença da Prefeita, como também contava uma praça de alimentação de empresários locais. s análise dos resultados encontrados para esta ação foi média próxima a 3,6 e a moda 5 (muito satisfeito). Esta atração foi a ação que teve maior investimento do projeto “A Cidade Vive o Natal”.

O evento que obteve a pior avaliação foi o Concertos de Natal - praça Onevan de Matos, 16/12. A média ficou em 3,3, a moda encontrada foi 5, o que ainda significa uma avaliação positiva.

A pergunta que obteve pior análise entre os respondentes foi em relação a percepção de segurança. A média foi de 3,3. A moda e a mediana encontram-se em 4 o que significa ainda assim uma avaliação positiva.

A segunda perspectiva de análise são as intenções de gastos em relação aos presentes de Natal.

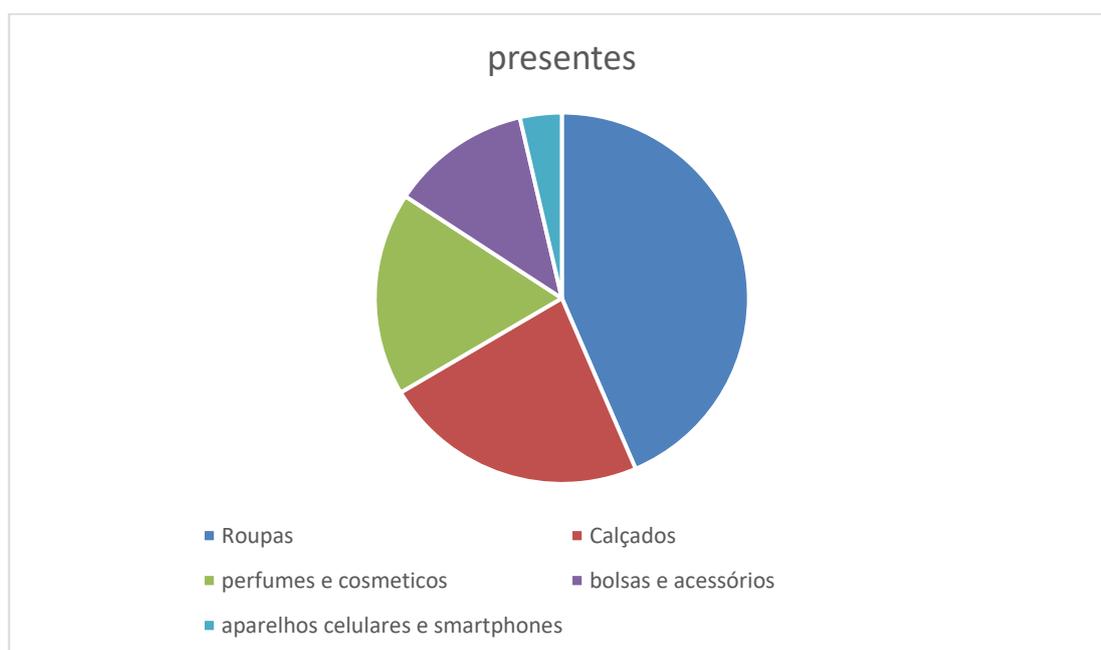
**Figura 2: Valor que pretende gastar ou gastou em cada presente.**



Fonte: dados da pesquisa.

Como pode ser observado na Figura 2, a maior parte dos entrevistados pretende gastar entre R\$51 e R\$100 e o valor médio por compra de presente foi de R\$ 143,08. Os itens mais apontados como compra de presente de Natal pelos consumidores estão roupas (39,8%), calçados (21,0%), perfumes e cosméticos (16,2%), bolsas e acessórios (11,1%) e aparelhos celulares e smartphones (3,3%) (Figura 3).

**Figura 3: Tipos de presente**

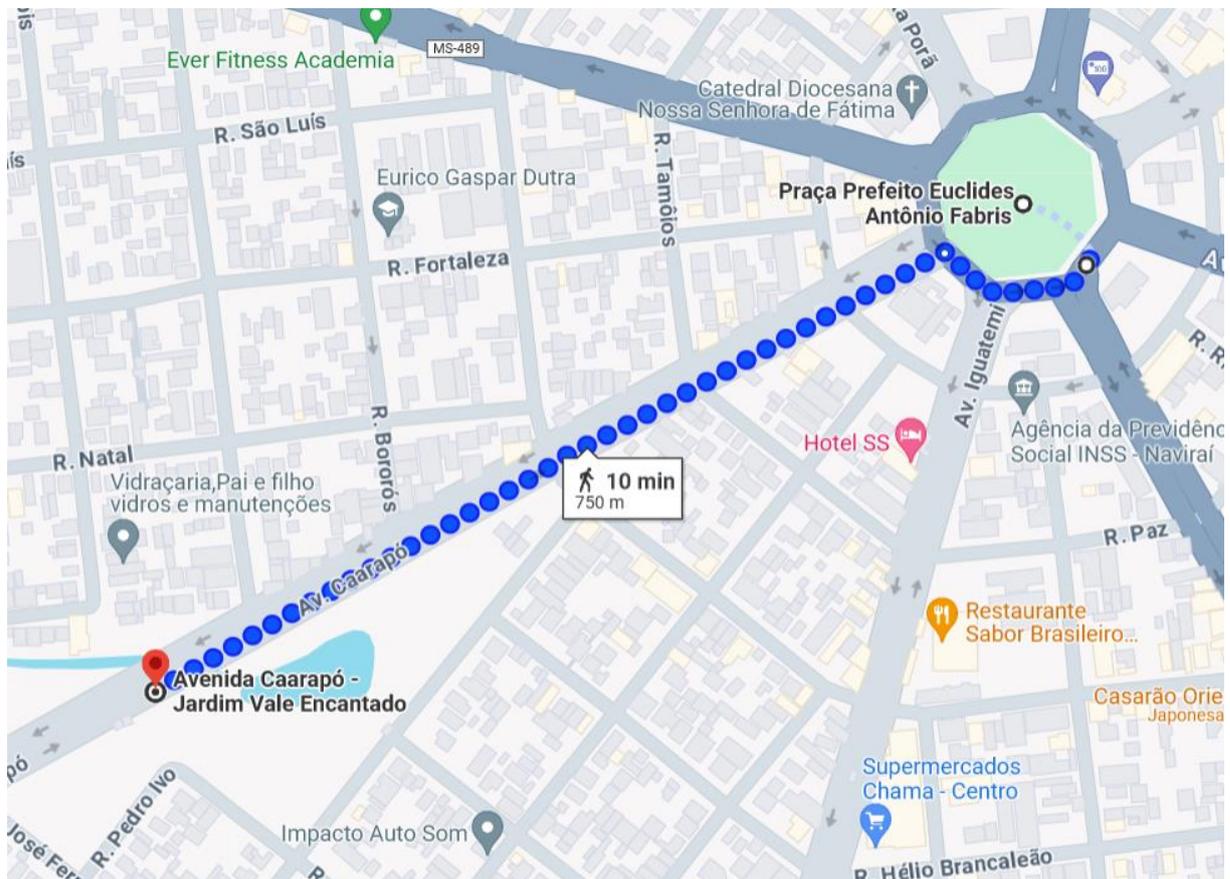


Fonte: dados da pesquisa.

A partir do observado pôde-se estimar uma projeção de movimentação do comércio naviraiense de cerca de R\$ 2,45 milhões em compras em presentes para o Natal de 2023.

Ainda observa-se que as ações realizadas pela gestão municipal para o Natal apresentam uma avaliação positiva por parte da população, porém, podem ser melhoradas. Como a pesquisa foi realizada de forma transversal, não é possível fazer um comparativo em relação ao que aconteceu anteriormente em outras edições do evento.

**Figura 4: Mapa da distância do novo local de abertura em relação ao anterior**



Fonte: *Google maps* (2024).

Com base nos comentários realizados pelos entrevistados, que se pode entender como críticas para uma eventual melhoria, houve a percepção de “abandono” da praça central, local em que usualmente se realizam os eventos; e do centro da cidade de um modo geral. Houve observações no sentido de que os entrevistados foram ao centro da cidade e “não viram nada”. A partir do observado, pode-se supor que os entrevistados aprovam as ações realizadas de forma a abranger maior área, mas gostariam que ações fossem mantidas na praça central.

A distância entre a praça central e o parque onde a abertura do evento aconteceu é considerada grande pelos entrevistados. O parque é considerado “fora do centro”. Como a cidade não tem transporte público, o uso do transporte próprio é a única alternativa para grande parte da população. Embora a distância caminhando seja percorrida em aproximadamente 10 minutos, segundo o *Google maps*, com transporte próprio pode ser percorrida em 4 minutos. Ou seja, o tempo não é longo. O que possivelmente altere a percepção de distância esteja relacionado a falta de hábito de frequentar o local. Somada a percepção de falta de segurança, que pode estar ligada à pouca iluminação e as áreas sem residências nas proximidades do acesso

ao Parque Sucupira.

Em relação a intenção de compra, pode-se observar que o perfil de consumo da amostra se aproxima da população da cidade fornecendo um adequado vislumbre sobre o que tipo de produto e preço que são adequados ao mercado local.

Ambos os aspectos da pesquisa podem ser melhor compreendidos se acompanhados ao longo dos anos. O que indica a conveniência da repetição da mesma pesquisa ao longo do tempo.

### REFERÊNCIAS

Google, **Google Maps**. Disponível em: <<https://www.google.com.br/maps/@-23.066812,-54.2061079,14z?entry=ttu>>. Acesso em: 01 abr. 2024.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **IBGE cidades**, Naviraí – MS. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/ms/navirai/panorama>>. Acesso em: 01 abr. 2024.

Naviraí. **Site do município de Naviraí – MS**. Disponível em: <<https://navirai.ms.gov.br/noticia/prefeitura-de-navirai-prepara-o-parque-sucupira-para-receber-o-projeto-a-cidade-vive-o-natal/>>. Acesso em: 01 abr. 2024.