

**TURISMO, INFORMAÇÃO E TRABALHO DAS MULHERES NA POMERFEST - A
FESTA POMERANA**

**TOURISM, INFORMATION AND WORK FOR WOMEN IN POMERFEST -
POMERANIAN FEAST**

**TURISMO, INFORMACIÓN Y TRABAJO DE LAS MUJERES EN POMERFEST - LA
FIESTA POMERANA**

Rogério Zanon Da Silveira¹
Marcelo Calderari Miguel²

Resumo

Avalia a qualidade dos serviços prestados na Pomerfest utilizando a abordagem teórico-metodológica SERVQUAL. Examina a matriz importância e satisfação como ferramenta para análise dos dados em relação às cinco dimensões da qualidade: Confiabilidade, Empatia, Garantia, Receptividade e Tangibilidade. Verifica a qualidade dos serviços ofertados pelas mulheres comerciantes no evento pesquisado, destacando os pontos fortes e fracos do processo de desenvolvimento de serviços durante o festejo tipicamente germânico pioneiro no circuito turístico espírito-santense. Esta pesquisa caracteriza-se como levantamento, com uso de questionário semiestruturado. Os resultados obtidos evidenciam que a clientela considera a dimensão confiabilidade importante e bem desempenhada pelas mulheres que ofertam serviços nesse evento.

Palavras-chave: Comunidades tradicionais. Qualidade de Serviços. SERVQUAL. Satisfação.

Abstract

Evaluates the quality of services provided at Pomerfest, using the theoretical-methodological approach SERVQUAL. It examines the importance and satisfaction matrix as a tool for analyzing the data in relation to the five dimensions of quality: Reliability, Empathy, Assurance, Responsiveness and Tangibility. It verifies the quality of services offered by women traders, highlighting the strengths and weaknesses of the service development process during the typically Germanic feast pioneer in the tourist circuit of Espírito Santo state, Brazil. This research is characterized as a survey, using as an instrument the semi-structured questionnaire. The results obtained evidence that the clientele considers the dimension reliability important and well performed by the women who offer services in this event.

Keywords: Traditional communities. Quality of Services. SERVQUAL. Satisfaction.

Resumen

Evalúa la calidad de los servicios prestados en Pomerfest utilizando el enfoque teórico-metodológico SERVQUAL. Examina la matriz importancia y satisfacción como herramienta para el análisis de los datos en relación a las cinco dimensiones de la calidad: Confiabilidad, Empatía, Garantía, Receptividad y Tangibilidad. Verifica la calidad de los servicios ofrecidos por las mujeres comerciantes en el evento investigado, destacando los puntos fuertes y débiles del proceso de desarrollo de servicios durante el festejo típicamente germánico pionero en el circuito turístico del Estado de Espírito Santo, Brasil. Esta investigación se caracteriza como levantamiento, con

¹ Professor na UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO – UFES. Doutor em Administração pela Universidade Federal de Minas Gerais (CEPEAD-UFMG), Mestre em Administração (PPGADM/UFES) e Auditor Fiscal da Secretaria de Estado da Fazenda do Espírito Santo (SEFAZ-ES). Membro do Instituto Histórico e Geográfico do Espírito Santo. ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-9678-5858> e-mail: rsilveira@sefaz.es.gov.br

² Associado a UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO – UFES. Especialista em Estatística e Educação Científica pela Universidade Federal de Minas Gerais – UFMG. Bacharel em Ciências Contábeis e Biblioteconomia pela Universidade Federal do Espírito Santo. Pesquisador de Povos e Comunidades Tradicionais (PCTs). ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-7876-9392> e-mail: calderari100@gmail.com

uso de cuestionario semiestructurado. Los resultados obtenidos evidencian que la clientela considera la dimensión confiabilidad importante y bien desempeñada por las mujeres que ofrecen servicios en ese evento.

Palabras clave: Comunidades tradicionales. Calidad de servicio. SERVQUAL. Satisfacción.

1 INTRODUÇÃO

Desenvolver e transformar festas populares em eventos turísticos de modo a viabilizar empreendimentos (ordenar ações) e atender às necessidades e desejos dos turistas, bem como zelar pela satisfação da população local, é visto como tarefa de diversos agentes econômicos (pessoas, empresas e setores públicos). “A atividade turística é de grande importância no desenvolvimento econômico e social de uma localidade e também dentro de um contexto internacional e globalizado” (SOUZA; MEIRA; MASKE, 2012, p. 545).

No Mapa do Turismo Brasileiro (MTB), divulgado pelo Ministério do Turismo (MTur), registra-se que no Espírito Santo constam dez regiões turísticas e 62 municípios (com potencialidades turísticas), classificados em cinco categorias: A (01), B (09), C (15), D (35) e E (02). Vitória é o único município espírito-santense no MTB classificado na categoria ‘A’; Santa Maria de Jetibá, cidade interiorana e distante 80 km da capital, pertence à região turística dos “Imigrantes” e tem classificação ‘D’ no MTB. O município foi colonizado em sua maior parte por imigrantes europeus (vindos principalmente de uma antiga região Pomerânia localizada entre o mar Báltico, a Alemanha e a Polônia). Esta cidade é considerada uma das cidades “mais pomeranas” do país (ALMEIDA, 2016).

Santa Maria de Jetibá chama atenção pela preservação dos costumes e da identidade pomerana, bem como pela religiosidade como marco de encontros e socialização. Apesar do fluxo turístico nacional e internacional não ser expressivo, a cidade possui papel importante no fluxo regional. A região apresenta os seguintes aspectos: a) atrativos e ofertas turísticas (cultural, rural, agroturística, eco turística, de aventura, religiosa e de negócios & eventos); e b) o *trade* turístico que compreende os equipamentos e serviços (associado à hospedagem e a atividades recreativas). Portanto discutir a avaliação da qualidade em ambientes como a 28ª Festa Pomerana de Santa Maria de Jetibá realça, em tempos de crise econômica, situações em que prestadores de serviços surgem pela necessidade (*necessity entrepreneurship*). Diante esse quadro o *trade* turístico conclama o seguinte chamado:

Os moradores e turistas serão agraciados com a tradicional alvorada pelas ruas da cidade ao som de belos hinos tradicionais, entoados por Grupo de Metais (trombonistas) das Comunidades Evangélicas de Confissão Luterana do município e região. Durante toda a programação haverá outras atrações musicais pelas ruas da cidade e Praça Municipal [...] E no domingo, dia 07, último dia da festa, o destaque é para o Desfile Histórico Pomerano [...] A Festa Pomerana é realizada pela Prefeitura Municipal de Santa Maria de Jetibá, organizada pela Secretaria de Cultura e Turismo, em parceria com as demais secretarias, a Paróquia Evangélica de Confissão Luterana em Santa Maria, Associação Comercial, colaboradores e patrocinadores (FLEGLER, p. 1, 2017).

Este trabalho foca a Festa Pomerana em Santa Maria de Jetibá (evento turístico de cunho cultural). A problematização da pesquisa envolve a seguinte questão: quais são as percepções e as expectativas dos turistas em relação serviços prestados pelas mulheres na 28ª Festa Pomerana? O objetivo desta pesquisa é averiguar a qualidade dos serviços prestados no festejo tendo como foco as múltiplas visões dos turistas diante o quadro de desenvolvimento de serviços (venda de adereços, comidas e bebidas típicas) pelas mulheres no transcorrer do evento. Nesse contexto, entende-se que:

As festividades constituem traço marcante de diversas culturas, mas ainda têm recebido pouca atenção por parte de estudiosos de diversos campos de discussão. Eventos festivos também representam a essência da economia cultural e constituem exemplos típicos sob o foco das áreas de estudos organizacionais e administração que tratam de temáticas associadas a artes, gestão cultural, projetos culturais e diversão. Festa é cultura, é organização cultural, é projeto cultural; tudo isso e ao mesmo tempo mais que apenas isso. Embebida em contextos históricos, tradicionais e contemporâneos, a festa revitaliza e dinamiza o espaço urbano e rural, marca e subverte o cotidiano e mobiliza o tecido social das sociedades humanas (PENSAMENTO & REALIDADE, 2017, p.1).

A parte metodológica desse trabalho compreende a uma adaptação do *Conceptual Model of Service Quality* (modelo conceitual da qualidade de serviço) – o SERVQUAL; comumente reconhecido com adjetivo aditivo de método, métrica, instrumento, ferramenta, escala ou abordagem. Miguel e Freire (2016) atentam para a crescente utilização desse modelo conceitual de avaliação de serviços como instrumento de avaliação de diversos cenários, porém encontramos na literatura acadêmica poucos diagnósticos dessa abordagem em festejos populares.

O tema da qualidade em serviços não é recente na área de administração (CAMPOS; MIGUEL; CARVALHO, 2018.). Diversas instituições têm ávido interesse em avaliar a qualidade, melhorar os serviços e atrair um quantitativo de público consumidor. Mas, no que tange a um Festejo Popular, como é o caso do Pomerfest, como pensar a questão da qualidade? Como avaliar um serviço? Quais valores e imagens o evento transmite aos turistas?

A Pomerfest de Santa Maria de Jetibá proporciona um *mix* de experiências, fermentando uma torrente destrutivo-criativaⁱⁱ inerente à programação do evento: atrações (shows, musicais, luteranismo); desfiles e concursos; decoração de vitrines e casas; gastronomia (bares, restaurantes, barracas, lanchonetes, *trailer*, padarias e similares); hospitalidade (hotéis, pousadas, dormitórios, acampamentos); pátio de festas e de diversões.

2 ESTADO DA ARTE

2.1 Cidade, territorialidade e cultura pomerana

Os pomeranosⁱⁱⁱ fazem parte dos povos e comunidades tradicionais no Brasil. Com o Decreto nº 6040/2007 (BRASIL, 2007), que institui a Política Nacional de Desenvolvimento Sustentável dos Povos e Comunidades Tradicionais, mostra que essa comunidade sendo apreendidas como grupos culturalmente diferenciados e que se reconhecem como tal. Portanto estabelece que os pomeranos são:

[...] grupos culturalmente diferenciados e que se reconhecem como tais, que possuem formas próprias de organização social, que ocupam e usam territórios e recursos naturais, de forma permanente ou temporária, de uso sustentável, como condição para sua reprodução cultural, social, religiosa, ancestral e econômica, utilizando conhecimentos, inovações e práticas gerados e transmitidos pela tradição, voltado para a melhoria da qualidade de vida da presente geração, garantindo as mesmas possibilidades para as gerações futuras (DETTMANN, p. 1, 2015).

Mas como os pomeranos conseguiram ser incluídos e reconhecidos pelo Governo Federal como povo tradicional? Conhecendo suas lutas, suas práticas de agricultura familiar como modo de vida, a preservação da língua materna (Língua Pomerana), a manutenção dos costumes e das tradições herdadas de seus antepassados, percebeu-se que os pomeranos tinham as características de povo tradicional (DETTMANN, 2015) O pertencimento a uma igreja e comunidade define um território.

A tradição, representada pela cultura e pelo trilinguismo passaram a constituir orgulho [...] Entre o passado e o presente, a organização pomerana por meio do reconhecimento da tradição e relevância de ser descendentes de pomeranos [...] a crença assume na localidade permeia a tradição e sua representação no grupo. A religiosidade, a magia e a superstição delineiam a constituição do cotidiano do descendente de pomerano. A par disso, entre nascer e morrer em Santa Maria de Jetibá, variados grupos variados rituais são acionados como forma de justificação da crença (PACÍFICO, p. 184-185, 2012).

Os pomeranos foram uma etnia descendente de tribos eslavas e germânicas, sendo que muitos emigraram para o Brasil durante o século XIX. O reconhecimento dos pomeranos como povo tradicional acarretou maior visibilidade e respeito a toda comunidade pomerana no Brasil, despertando a mesma para a luta de seus direitos e assentando o reconhecimento a sua contribuição no *mix* cultural da nação (DETTMANN, 2015).

A Política Nacional de Desenvolvimento Sustentável dos Povos e Comunidades Tradicionais (PNPCT) garante direitos territoriais, socioeconômicos, ambientais e culturais e a valorização das identidades e instituições. Foerste e Foerste (2017, p.13) relatam que as “comunidades tradicionais pomeranas são reconhecidas pela sua vinculação à terra, ao modo de produção da agricultura familiar e às práticas agroecológicas”.

2.2 Percepções e expectativas no delineamento da qualidade de serviços

A qualidade expressa a competência de responder às expectativas do cliente e pode ser avaliada a partir do nível de satisfação desse cliente com os produtos e serviços ofertados (VIANA; 2017). Viana (2017, p. 30) argui que o que determina a satisfação do cliente é “a avaliação, por parte dele, do produto ou do serviço recebido no que se refere ao atendimento de suas necessidades e expectativas”.

Para Maximiano (2011), ideia de qualidade foi inicialmente retratada pelos filósofos gregos, que refletiram no ideal de excelência, ou aretê. “A ideia atual de fazer o melhor é a tradução desse ideal da excelência. É o princípio no qual se fundamenta a administração da qualidade orientada para busca de padrões superiores de desempenho” (MAXIMIANO, 2011, p. 115). A qualidade pode ser conceitualmente definida de distintas formas e, para esta investigação optou-se pelo conceito de Parasuraman, Zeithaml e Berry (1985). Tais pesquisadores consideram que a qualidade é a diferença entre as expectativas dos clientes sobre o serviço a receber e suas percepções sobre os serviços efetivamente recebidos (CAMPOS, MIGUEL; FREIRE, 2017).

O modelo conceitual de qualidade em serviços surgiu para identificar as lacunas, os hiatos entre as expectativas da clientela e o desempenho do serviço prestado (PARASURAMAN; ZEITHAML; BERRY, 1985). O SERVQUAL é focado na ‘qualidade percebida’, e se baseia na comparação entre as expectativas, antes da aquisição do serviço, e as percepções após sua prestação.

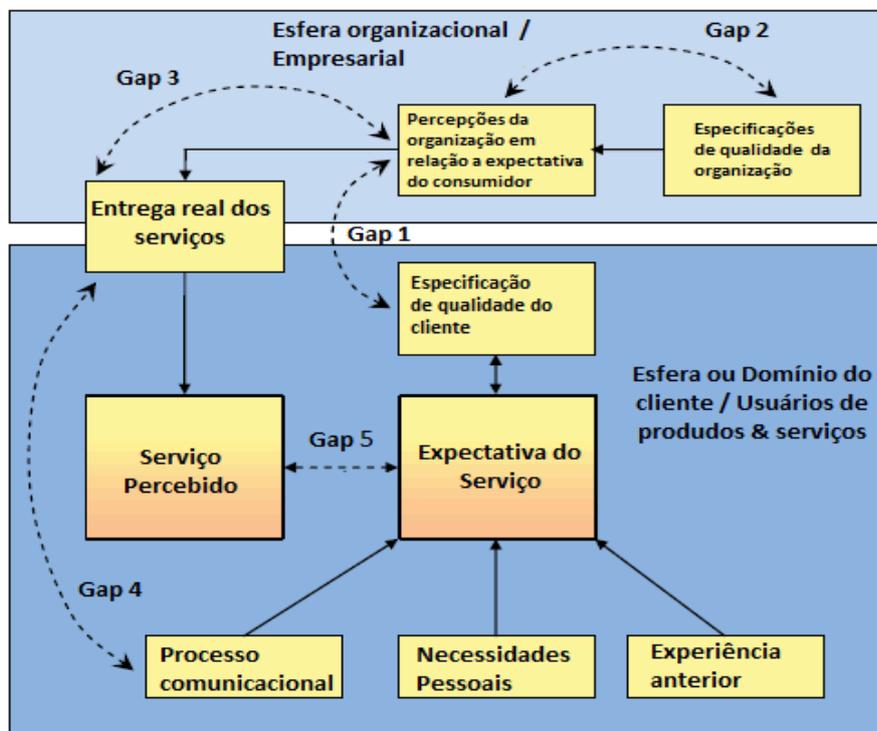
A satisfação está ligada à qualidade do produto que se oferece e/ou do serviço que se presta. E só quem percebe a qualidade é quem consome o produto ou o serviço[...] As informações sobre os níveis de satisfação dos clientes constituem-se em uma das maiores prioridades de gestão nas organizações comprometidas com qualidade de seus produtos e serviços [...] A qualidade percebida é definida como o julgamento do consumidor sobre a superioridade ou excelência global de um serviço. Essa situação caracteriza a qualidade percebida como uma forma de atitude (STEFANO, 2010, p. 77).

Para Kotler (2003), o valor percebido é a relação entre a percepção da qualidade que o cliente julga receber e a percepção do custo com que ele arca. A qualidade “é um elemento fundamental para que a estratégia de serviços seja exitosa” (OLIVEIRA, 2013, p.156). Oliveira (2013, p.156) aponta que “uma maneira de se gerenciar expectativas e até mesmo a própria percepção de qualidade como um todo é envolver o cliente, não só na entrega do serviço, mas também na sua elaboração”.

2.3 O modelo conceitual de qualidade em serviços

O serviço esperado resulta três meios distintos: experiência anterior, processo comunicacional (comunicação interpessoal, boca à boca) e às necessidades pessoais. O processo de prestação do serviço se inicia com a percepção da organização em relação às expectativas, que envolve o conhecimento das necessidades que motivam essas expectativas. Como essa percepção não é perfeita (*Gap 1*), a prestação do serviço já se desvia do ideal. A ilustração a seguir (Figura 1), apresenta cinco *gaps* que representam os momentos que podem apresentar falhas durante a prestação do serviço e têm como desígnio auxiliar os gestores no entendimento da origem dos problemas da qualidade e da melhor forma de aprimorá-los.

Figura 1- Modelo das cinco dimensões da Qualidade dos Serviços



Fonte: elaborado pelos autores com base em Parasuraman et al. (1985)

A avaliação da qualidade é representada pelo *Gap 5*, que é uma função resultante das demais lacunas da qualidade / $Gap\ 5 = f(gap\ 1, gap\ 2, gap\ 3, gap\ 4)$. Portanto, o serviço percebido é resultado direto da efetiva prestação do serviço e da comunicação externa e resultado indireto de toda sequência de interações anteriores. Em que:

- *Gap 1* – Relaciona-se com a diferença entre a expectativa do consumidor e a percepção da organização em relação a essas expectativas;
- *Gap 2* – Diferença entre a percepção da organização em relação a essas expectativas e as especificações de qualidade de serviço;
- *Gap 3* – Diferença entre as especificações de qualidade de serviço e o serviço entregue;
- *Gap 4* – Relaciona-se com a diferença entre o serviço entregue/prestado e as comunicações externas sobre esse serviço.
- *Gap 5* – Relaciona-se com a lacuna entre a expectativa e a percepção do serviço por parte do cliente, e ela representa a “Qualidade percebida” pelos clientes e pode ser considerada a soma das demais lacunas, já que só ocorre caso alguma das demais já exposta exista.

Essa diferença entre expectativa e percepção (Gap 5) pode ser mensurada por meio da escala SERVQUAL. A qualidade (Q) nesse construto resultará da diferença entre percepções (P) e expectativas (E), ou seja: $Q = P - E$. O Modelo SERVQUAL conceitua que os clientes utilizam os mesmos critérios para avaliar a qualidade, independentemente do tipo de serviço avaliado. Parasuraman, Zeithaml e Berry (1985) instrumentalizam uma escala de múltiplos itens, composta por 22 pares de itens para captar as expectativas e as percepções sobre os serviços prestados.

Las Casas (2016, p. 66) reporta que “para a realização de qualquer momento da verdade são necessários certos atributos, ou seja, o que se precisa para proporcionar serviços de qualidade”. Esses atributos determinantes da qualidade compreendem vários construtos, mas podem ser agrupados em cinco dimensões: confiabilidade; aspectos tangíveis; receptividade/sensibilidade; garantia/segurança; e empatia.

QUADRO 1 – Dimensões ou determinantes da qualidade no modelo SERVQUAL

DETERMINANTE	ASPECTO DIMENSIONAL DA QUALIDADE
Confiabilidade	Capacidade de prestar o serviço prometido de modo confiável e com precisão
Tangíveis	Aparência física de instalações, equipamentos, pessoal e materiais de comunicação
Receptividade ou Sensibilidade	Disposição para ajudar o cliente e proporcionar com presteza um serviço
Garantia ou Segurança	Conhecimento e a cortesia de empregados e sua habilidade em transmitir confiança e confiabilidade
Empatia	Atenção e o carinho individualizado proporcionado aos clientes

Fonte: os autores com base em Berry & Parasuraman (1992)

Cada uma dessas dimensões é desdobrada em quatro ou cinco assertivas atitudinais, gerando 22 pares de itens qualificadores de um questionário.

Ventinhas (2016) reporta que o arquétipo SERVQUAL, desenvolvido no Estados Unidos pelo *Marketing Science Institute*, vem sendo aplicado com sucesso em vários serviços de turismo, tais como: parques temáticos, enoturismo, hotéis, destinos turísticos entre outros. O pesquisador resgatou em seu estudo um rol de trabalhos envolvendo a abordagem SERVQUAL, esquematizada no quadro 2.

QUADRO 2 – Pesquisas estrangeiras empregando a abordagem SERVQUAL no turismo

PESQUISADOR	ANO	AMBIÊNCIA (SERVQUAL na esfera turística)
Bedia e Fernandez	2000	Serviços de hotelaria / Região autónoma de Camtabria, Colômbia.
Biné, Martínez, Miquel e Andreu	2001	Agências de viagens / Espanha

Akama e Kieti	2002	Parque temático de vida selvagem / Tsavo, Quênia
Gilbert e Wong	2002	Serviços aéreos / Hong Kong, República Popular da China
Fernandez e Bedia	2005	Serviços na hotelaria / Região autónoma de Cantabria, Espanha
Moreno e Coromoto	2007	Rede de hotelaria / Libertador, Venezuela
Ahipasaoglou e Korkmaz	2008	Evento de Prova de vinho, Enoturismo da adega / Capadócia, Turquia
Barros	2008	Imagem do destino / República de Cabo Verde
Frías, Rodriguez e Castañeda	2008	Imagem do destino / Região da Andaluzia, Espanha
Blesic, Ivkovic, Stankov, Stamenkovic e Bradic	2009	Serviços de spa, em hotéis de 3 estrelas / República da Sérvia
Munhurrin et al.	2010	Gestão de serviço público / Mauritânia (África)
Pinto	2010	Chegada & Partida no destino turístico / Lisboa
Marcovic e Raspor	2010	Serviços de hotéis 2, 3 e 4 estrelas na zona de Opatija Riviera / Croácia
Rojas e Gutiérrez	2011	Hotéis de 5 estrelas / Zona metropolitana de Guadalajara, México
Baht	2012	Kashmir Valley (região da Caxemira) / Índia
Kong, Tsang et al.	2012	Parque temático Disneyland / Hong Kong
Canny e Hidayat	2012	Templo Borobudur (templo budista) / Indonésia
Meilani et al.	2013	Parque temático e de diversões Dunia Dufan, em Jakarta / Indonésia
Wust e Menezes	2013	Atendimento num hotel / Denominado por S
Gong	2015	Trinta e seis hostels / Estados Unidos

Fonte: elaborado pelos autores com base na busca, organização e análise bibliográfica de Ventinhas (2016)

A “escala consagrada” SERVQUAL também foi utilizada para avaliar a percepção dos serviços em festivais sob o prisma da hospitalidade em dois festejos: Oktoberfest de Munique, na Alemanha; e Oktoberfest de Blumenau, no Brasil (MORETTI et al., 2016).

Já Ventinhas (2016) utilizou o SERVQUAL para avaliação de serviços turísticos no âmbito do centro histórico da cidade de Évora (Patrimônio Mundial pela UNESCO) - uma cidade portuguesa da região do Alentejo, membro da Rede de Cidades Europeias mais Antigas e que mantém intacta uma ambiência de autenticidade e monumentalidade que a transforma numa verdadeira cidade-museu.

3 CAMINHO METODOLÓGICO

A presente pesquisa é se classifica como descritiva e é de natureza quantitativa. A amostragem da pesquisa é não probabilística por conveniência. A seguir serão explanados os procedimentos empregados, esclarecendo a ambiência da pesquisa e os procedimentos de coleta. O objeto de pesquisa é uma festa cultural tradicional num município do estado do Espírito Santo, a 28ª Festa Pomerana de Santa Maria de Jetibá.

A festa consta de uma programação variada: concurso de Vovó e Vovô (*Grootmutter un Grootfâter*), Menininho e Menininha (*Klairmäake un Klairjong*), Rainha e Princesas Pomeranas; alvorada pelas ruas da cidade; shows (bailes, bandas e musicais); mostra gastronômica; desfile histórico na avenida principal; manifestações culturais (danças folclóricas: *Ballet, Fritze Dans, Fröhlichtanz, Hochlandtanz, Holland Dans, Neo-Latino, Tanzerland*); projetos culturais (exposição fotográfica, ilustração/encenação casamenteira pomerana e seus quebras de pratos, concurso do lenhador); Sessão Solene na Câmara de Vereadores entre outras.

FIGURA 2 – Festividade: atrativo turístico e formação da imagem local



Fonte: Prefeitura Municipal de Santa Maria de Jetibá (PMSMJ, 2017).

Nessa comunidade, existem mecanismos socialmente constituídos responsáveis por preservar os valores e os modos de vida indicando, esses fatores de identificação individual e coletiva (MANSKE, p. 82-83, 2015). Os descendentes de pomeranos do Município de Santa Maria de Jetibá preservam uma dinâmica cultural muito específica para a manutenção das tradições.

Esse festejo tem cerca de sessenta horas de programação cultural, para um público estimado de sessenta mil visitantes, em seis dias de evento. A Pomerfest constitui-se num espaço de integração popular que converge seus objetivos em favor dos visitantes (hospitalidade), e promove um ambiente dialógico reflexivo a estudos organizacionais.

No procedimento de obtenção de dados e informações, foi realizada uma pesquisa do tipo *survey* (levantamento), com a utilização de questionário semiestruturado disponibilizado entre os dias 02 e 07 de maio de 2017, entre 16h e 22h, na ambiência da 28ª Festa Pomerana Pomerfest, município de Santa Maria de Jetibá.

Os turistas da 28ª Festa Pomerana deveriam assinalar um par de 22 afirmações que avaliadas por meio da escala *Likert* de 5 pontos, onde os extremos representam uma métrica sobre ‘Discordância Total’ e ‘Concordância Total’. Foram considerados apenas os questionários válidos, ou seja, apenas os questionários que assinalaram ‘Sim’ à questão: “Você já utilizou/consumiu algum serviço prestado por mulheres na Festa Pomerana, tal como: espaço *gourmet*, corredor de arte, barraca gastronômica”. O roteiro de perguntas (semiestruturado) possuía quatro perguntas fechadas (faixa etária, gênero, etnia, município) e, vinte e dois pares de sentenças de opinião remetendo a cinco dimensões da qualidade.

Como instrumento de pesquisa, foi utilizado o questionário, constituído de duas partes: a) uma se refere às expectativas com relação ao serviço, e b) outra remete às percepções dos clientes após a utilização do serviço. Convém lembrar que:

A satisfação está ligada à qualidade do produto que se oferece e/ou do serviço que se presta. E só quem percebe a qualidade é quem consome o produto ou o serviço[...] As informações sobre os níveis de satisfação dos clientes constituem-se em uma das maiores prioridades de gestão nas organizações comprometidas com qualidade de seus produtos e serviços [...] A qualidade percebida é definida como o julgamento do consumidor sobre a superioridade ou excelência global de um serviço. Essa situação caracteriza a qualidade percebida como uma forma de atitude (STEFANO, 2010, p. 77).

Em convergência com Crossno *et al.* (2001), foi eleito o termo ‘importância’, em vez de expectativas, proposto pelo método SERVQUAL, porque essa abordagem permite adaptações visando otimizar e facilitar a aplicação do instrumento de pesquisa. Pela mesma razão, percepção foi modificada para terminologia ‘satisfação’, garantindo um melhor desenho e entendimento das questões. A premissa é de que quanto maior for a percepção em relação à expectativa, maior a qualidade do serviço.

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Um total de 220 questionários foram aplicados à população estabelecida para estudo. Na primeira parte do roteiro abrangem os itens - idade, etnia, estado civil e residência (local ou lugar onde a pessoa natural se estabelece habitualmente). Neste estudo, 120 (54,55%) eram feminino e outros 100 (45,45%) apontam o masculino. As variáveis foram agrupadas conforme residência indicada pelo respondente (Tabela 1).

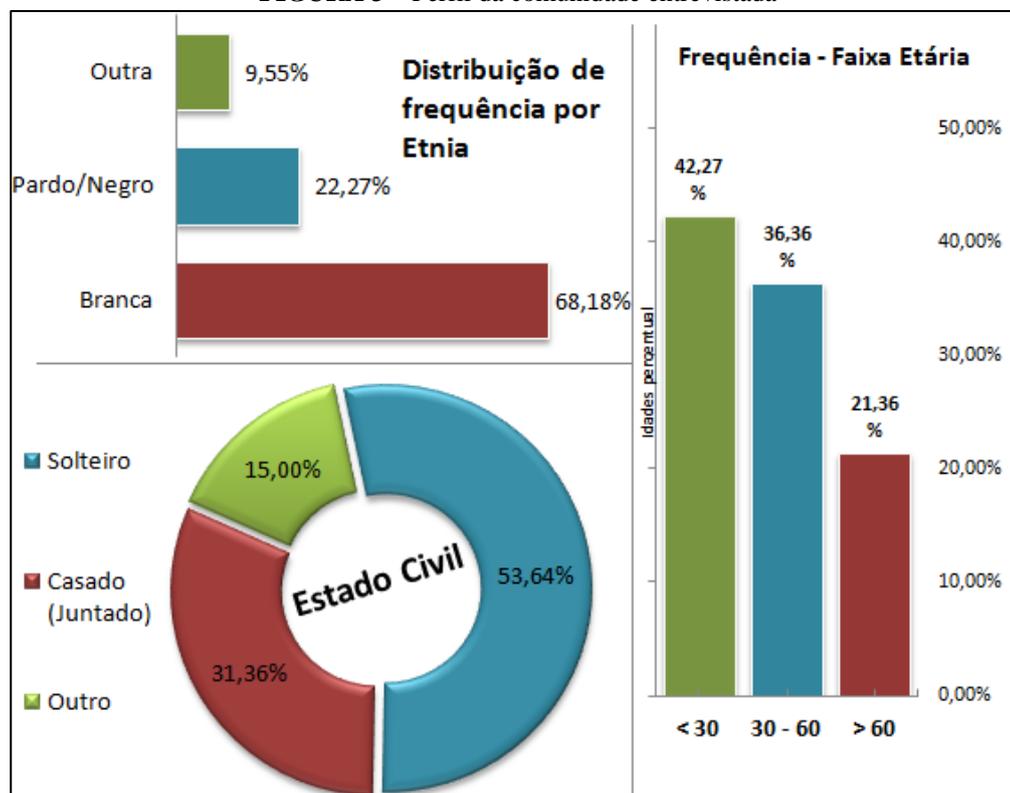
TABELA 1 – PERFIL SOCIAL DOS PARTICIPANTES (N = 220)

PERFIL SOCIAL		RMGV		Es - Interior		Outras regiões	
		Grande Vit.	%	Interioranos	%	Estados/Países	%
Faixa etária	< 30	33	45,83	19	31,67	41	46,59
	30 - 60	27	37,50	24	40,00	29	32,95
	> 60	12	16,67	17	28,33	18	20,45
Etnia Raça	Branca	49	68,06	47	78,33	54	61,36
	Pardo/Negro	16	22,22	11	18,33	22	25,00
	Outra	7	9,72	2	3,33	12	13,64
Est. Civil	Solteiro	34	47,22	39	65,00	45	51,14
	Casado	21	29,17	17	28,33	31	35,23
	Outro	17	23,61	4	6,67	12	13,64
Total		72		60		88	

Fonte: Dados da pesquisa (2017)

No que se refere a faixa etária, 93 respondentes (42,27%) têm menos de trinta anos. Quanto à etnia e ao estado civil, a maioria é constituída por um público solteiro, 118 (53,64%). A maior parte dos entrevistados, 150 (68,18%), declara-se branco.

FIGURA 3 – Perfil da comunidade entrevistada



Fonte: elaborado pelos autores; dados da pesquisa (2017).

Foram considerados apenas os questionários (220 de 250) que tinham a resposta ‘Sim’ à questão. “Você já utilizou/consumiu algum serviço prestado por mulheres na Festa Pomerana, tal como: espaço *gourmet*, corredor de arte e música” Convêm lembrar que a aplicação da abordagem teórico-metodológica SERVQUAL requer uma prévia experiência com o serviço ofertado e essa pesquisa focou o olhar da clientela turística.

4.1 Importância e Satisfação

O SERVQUAL considera que a qualidade situa-se entre a percepção do desempenho e a expectativa. Assim o contraste entre essas esferas torna evidente se um serviço apresenta um hiato ou não. Caracteriza o quanto o serviço realizado vai ao encontro ou de encontro aos anseios do consumidor pesquisado. A tabela 2 apresenta a média da pontuação (em uma escala de 1 a 5) recebida pelos indicadores da qualidade de serviço a respeito da importância e satisfação, agrupados por dimensão:

TABELA 2 – Importância e satisfação por dimensão

<i>Dimensão</i>	<i>Importância (Expectativa)</i>	<i>Satisfação (Percepção)</i>
<i>Confiabilidade</i>	4,80	4,10
<i>Empatia</i>	4,10	3,95
<i>Garantia</i>	4,40	3,90
<i>Receptividade</i>	4,60	4,00
<i>Tangibilidade</i>	4,20	3,75

Fonte: Dados da pesquisa; percepções (P) e expectativas (E) (2017).

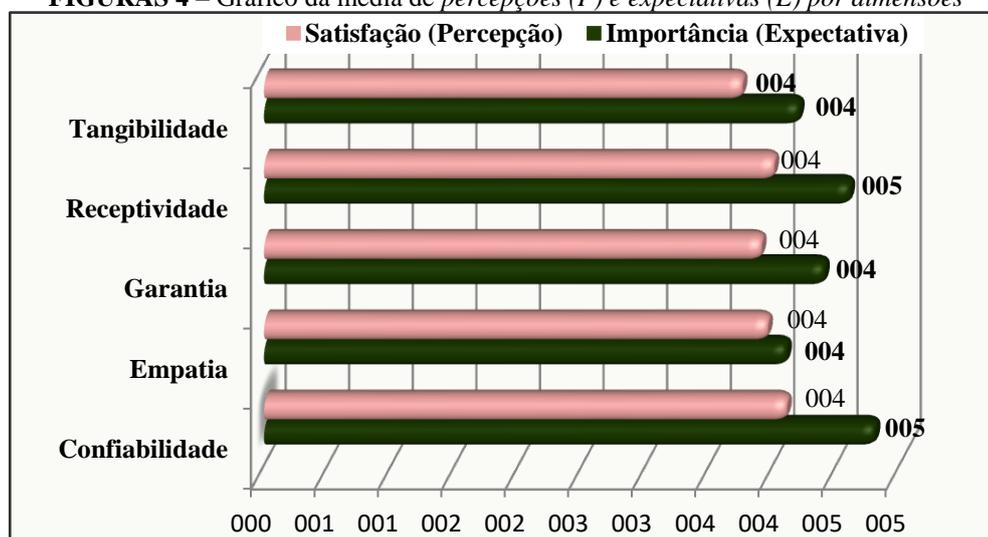
A determinante da qualidade do serviço assinalada neste trabalho distingue a dimensão Confiabilidade como sendo a preferida pela clientela (turistas) entrevistada no decorrer da 28ª Pomerfest.

Essa mesma dimensão designa “a habilidade de fornecer o que foi prometido de forma segura e precisa” (LAS CASAS, p. 67, 2017). Tal dimensão também é a que apresenta o melhor índice (média de 4,10) de satisfação, isto é, a percepção, o desempenho do serviço prestado pelas mulheres.

Uma análise dos resultados permite identificar os itens mais importantes (expectativa) para a maioria dos usuários. O item “Pessoas gentis e acessíveis” obteve 85% das respostas e “Trabalhadoras sempre dispostas para ajudar nas dúvidas e demandas” obteve 82%. Ainda em relação à importância, os itens da pesquisa receberam dos participantes uma pontuação que variava entre 4,10 e 4,80 de uma escala de cinco pontos.

Entre os itens apontados como de ‘maior satisfação’, o primeiro deles, com 84% das respostas foi “As trabalhadoras têm conhecimentos suficientes para responder minhas questões relativas sobre o serviço prestado”, e o segundo, com 80%, “As mulheres trabalhadoras da festa inspiram segurança”. Ainda em relação à satisfação (percepção), os participantes atribuíram às questões uma pontuação que variava entre 3,75 e 4,10 de uma escala de cinco pontos, assinalando uma pequena diferença entre a importância e a satisfação dos serviços.

FIGURAS 4 – Gráfico da média de percepções (P) e expectativas (E) por dimensões



Fonte: Dados da pesquisa (2017)

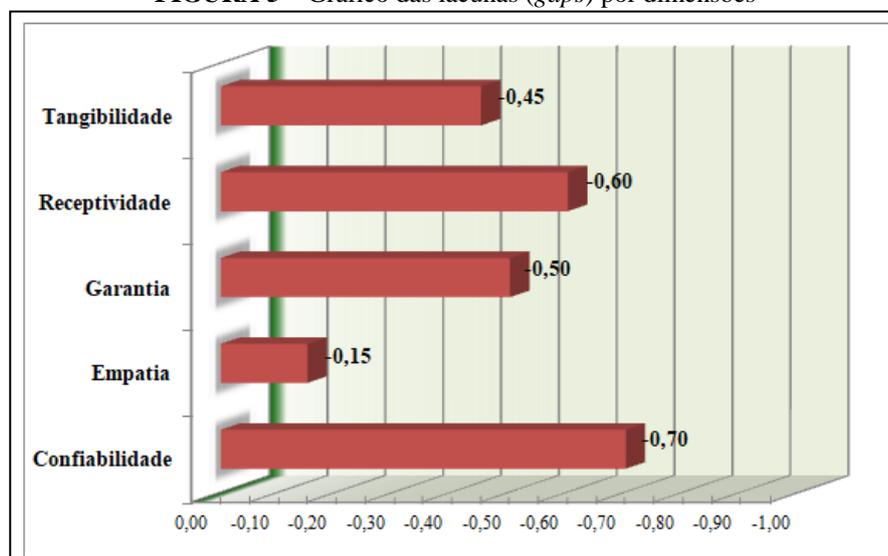
Entretanto, os itens que alcançaram uma pontuação menor podem representar aspectos a serem melhorados nos serviços ofertados na 28ª Festa Pomerana. Entre eles estão as “Instalações físicas dos serviços adaptadas às necessidades dos turistas” e “Instalações físicas visualmente agradáveis”, ambos apresentando 17% das respostas marcadas entre “insatisfeito” e “pouco satisfeito”.

4.2 Análises gaps e quadrantes

Miguel e Salomi (2004); Rocha e Silva (2016); e Miguel, Sousa e Freire (2017) reportam que o cálculo das lacunas procede de uma fácil operação. No cálculo dos *gaps* por dimensão basta calcular as médias das pontuações (de 1 a 5) considerando o grupamento de itens em cada dimensão, e a respectiva esfera avaliativa (satisfação & importância). Miguel (2017) cita que a “Análise de *Gaps*” é uma excelente maneira de se apresentar os resultados da pesquisa, e para o cálculo dos *gaps* emprega-se a seguinte fórmula: $Gap = Satisfação - Importância$.

A pontuações de *Gaps* entre 0 e -1 não superam as expectativas (excelência), porém podem atender ao que a comunidade usuária aguarda de um serviço padrão, auferindo uma qualidade positiva ao serviço prestado (NITECKI; HERNON, 2000). No cálculo do *gap*, por exemplo, da dimensão Receptividade, as médias das pontuações relativas aos itens dessa dimensão são somadas e depois divididas por quatro, número de questões relacionados a essa dimensão. A figura 4 apresenta os *gaps* por dimensão:

FIGURA 5 – Gráfico das lacunas (*gaps*) por dimensões

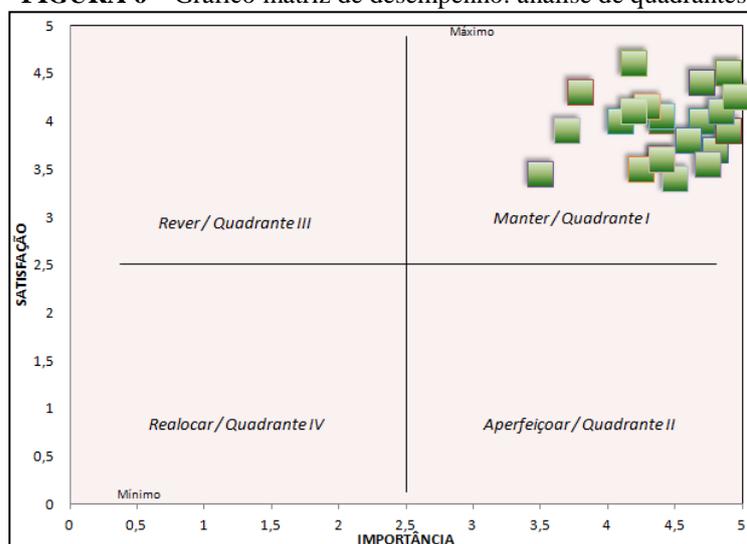


Fonte: Dados da pesquisa (2017)

Pode-se averiguar, por meio da figura 4, os hiatos entre o serviço desejado e o de fato encontrado. A lacuna de maior abrangência compreende a determinante confiabilidade. Essa dimensão da qualidade expressa a “capacidade em executar os serviços prometidos de maneira confiável e precisa (o porquê)” (LAS CASA, 2017, p. 215). No cenário de *Gaps* por dimensões, a dimensão empatia apresenta menor divergência. E de acordo com Santos (2015), a “hospitalidade” como gestos de gentileza – que tendem a ser recíprocos – pouco a pouco contribuiu para a formação de uma espécie de corrente do bem e isso coaduna aspectos atinentes à empatia.

Nitecki e Hernon (2000) apontam que a Matriz Importância e Desempenho (Análise de Quadrante) constitui uma correlação gráfica^{iv} que facilita a visualização das informações. A análise constrói-se por uma matriz bidimensional, em que a importância é mostrada pelo eixo X, e se atribui ao eixo Y a satisfação.

FIGURA 6 – Gráfico matriz de desempenho: análise de quadrantes



Fonte: os autores, com base nos dados da pesquisa (2017).

No panorama da Pomerfest de Santa Maria de Jetibá, sobreveio uma concentração no quadrante 1 (manter) de todos os 22 atributos da qualidade. Portanto os turistas da Festa Pomerana veem todos esses atributos como sendo importantes e bem desempenhados durante os dias de festejo.

5 CONSIDERAÇÕES E RECOMENDAÇÕES

Este estudo foi realizado tendo-se como objetivo principal avaliar a qualidade dos serviços prestados na 28ª Festa Pomerana de Santa Maria de Jetibá (Pomerfest) no âmbito da expectativa e da percepção dos turistas em relação aos serviços prestados pelas mulheres.

As festas anuais da cidade expressam um marco cultural, econômico e turístico para região e para os descendentes de pomeranos, atraindo pessoas do próprio município e redondezas. E pelo Decreto nº 6040/07 ratifica-se que existência de distintos povos e comunidades tradicionais (PCT) constitui a sociedade brasileira. E pelo referido decreto percorremos a questão do desenvolvimento sustentável de territórios tradicionais e à autodefinição levando em consideração a temática de povo pomerano, com destaque para região turística dos “imigrantes”, no Espírito Santo.

Assim há concordância com os estudos de Rocha e Silva (2016) que atestam o quanto é grande o interesse que essa temática desperta na contemporaneidade em torno da gestão/serviços de qualidade, tanto em nível profissional, como em nível acadêmico. Começando pela aplicação e adaptação do modelo SERVQUAL, a condição espelhada das questões gera um parâmetro situacional de ‘serviço ideal’.

A pesquisa teve limitações e não é possível universalizar seus resultados a partir de uma tiragem amostral de 230 respondentes, todavia pesquisa tipo *survey* oportunizam, a partir da satisfação sob o prisma da hospitalidade, ampliar o aspecto de compreensão sobre o comportamento do consumidor e a dinâmica de consumo em festivais turísticos.

Em suma, reitera-se que os visitantes atendidos na 28ª Festa Pomerana de Santa Maria de Jetibá mostraram satisfação com o atendimento ofertado no evento, citando a ‘confiabilidade’ como mais importante (média de 4,80) dimensão da qualidade em serviços; e os ‘os aspectos tangíveis’, apresenta-se como a determinante que obteve a menor satisfação (média de 3,75) nessa pesquisa. No entanto, a avaliação da dimensão tangibilidade merece cautela. A ambiência do evento comporta instalações de tendas, parque de diversões, barracas de gêneros alimentícios e “ambulantes”, praça de alimentação e outros serviços da rede hoteleira, do setor de alimentação (bares, restaurantes e similares), artigos de decoração e trajes típicos, cultura e lazer.

Uma desvantagem do método é o fato do questionário padrão do SERVQUAL ser constituído apenas por questões fechadas, o que o caracteriza como um método quantitativo. Outra deficiência dessa pesquisa refere-se ao fato de priorizar a comunidade turística, e, portanto, para trabalho futuros é importante incluir a ótica da comunidade local, que de certa forma é a maior beneficiada pelas ações e visibilidade transmitida por esse tipo de festividade.

Um dos pontos fracos dos resultados também se refere aos *Gaps* da dimensão tangibilidade, que demonstra a necessidade de se investir na melhoria da infraestrutura física e tecnológica (tangibilidade), no que se refere à acessibilidade, organização e fluidez dos espaços. Como limitação do trabalho, aponta-se o período utilizado para coleta de dados e a técnica não intencional de amostragem por conveniência adotada e questão recorte gênero.

Com esse painel, os resultados obtidos não comportam generalizações, mas podem delimitar os pontos emergentes e gargalos setor de “Turismo e Eventos”. Sugestão é que seja explorado roteiro questões abertas, juntamente com método SERVQUAL angariando um diagnóstico qualitativo da ambiência da pesquisa. Por isso, possíveis desdobramentos podem fundamentar um fortalecimento dessa abordagem para aprimorar serviços prestados pelos diversos festejos populares.

Para investigação futura, podem ser sugeridos: estudos longitudinais, estudos noutras cidades patrimônio da humanidade, aplicação do modelo a restaurantes, hotéis, eventos e a outros serviços de turismo. Entre tantos desafios em avaliar a qualidade dos serviços da Pomerfest, destaca-se que o resultado mais satisfatório veio do *feedback* do público, o qual sai do evento indagando quando será o próximo, abraçando o Festejo Popular e também perguntando por outros festejos do município (por exemplo a Festa do Colono).

De modo geral, observa-se que a Pomerfest constitui um espaço não formal de festejo e integração popular que converge seus objetivos em favor dos visitantes, promovendo um ambiente dialógico reflexivo sobre contexto de Estratégias X Organizações. Espera-se que este trabalho possa servir de ponte para outros pretendam abordar festividades, uma vez turismo por si é uma atividade intrinsecamente experiencial. Cabe lembrar que temática dos estudos organizacionais é complexa e somente se for vista por várias ‘lentes, no âmbito das ciências sociais e humanas, conseguiremos patamares de excelência no processo de desenvolvimento turístico regional.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, D. L. R. A colônia pomerana no espírito santo: a manutenção de identidades e tradições. **Anais do Colóquio Internacional de Mobilidade Humana e Circularidade de Ideias**, Vitória, v. 1, n. 1, 2016. Disponível em: <<http://periodicos.ufes.br/lemm/article/view/12568>>. Acesso em: 31 jul. 2018.

BERRY, L. L.; PARASURAMAN, A. **Serviços de marketing**: competindo através da qualidade. São Paulo: Maltese: Norma, c1992. 238 p.

BRASIL. **Decreto nº 6040, de 7 de fevereiro de 2007**. Institui a Política Nacional de Desenvolvimento Sustentável dos Povos e Comunidades Tradicionais. Brasília: Diário Oficial da República Federativa do Brasil, 2007. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2007/Decreto/D6040.htm>. Acesso em: 27 mar. 2017.

CAMPOS, A. C. B.; MIGUEL, M. C.; CARVALHO, S. M. S. de. Aplicação do modelo Servqual na bienal do livro da Zona da Mata: o olhar dos interagentes abrindo novas páginas para melhoria da qualidade. **Encontros Bibli**, Florianópolis, v. 23, n. 52, p. 84-94, maio 2018. ISSN 1518-2924. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/eb/article/view/1518-2924.2017v23n52p84>>. Acesso em: 31 jul. 2018.

CAMPOS, A. C. B.; MIGUEL, M. C.; SILVEIRA, R. Z. da. **Aplicação do modelo SERVQUAL na Mostra coletiva “Gemologia - da Ciência à Arte”**: múltiplos olhares vislumbrando a melhoria da qualidade de uma atividade extensionista. *Expressa Extensão*, Pelotas, n. 02, v. 22, p. 37-56, jul/dez, 2017. Disponível em: <<https://periodicos.ufpel.edu.br/ojs2/index.php/expressaextensao/article/view/11519/7821>> . Acesso em: 01 nov. 2017.

CROSSNO, J. E. et al. Assessment of customer service in Academic Health Care Libraries (ACSAHL): an instrument for measuring customer service. **Bulletin of the Medical Library Association**, v. 89, n. 2, pp. 170-176, Abr. 2001. Disponível em: <<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC31724/>>. Acesso em: 17 mar. 2015.

DETTMANN, V. H. **Pomeranos, povo de cultura tradicional**. KoBra – Kooperation Br, 2015. Disponível em: <<https://www.kooperation-brasilien.org/de/themen/menschenrecht-gesellschaft/traditionelle-voelker-gemeinschaften/pomeranos-poco-de-cultura-tradicional>>. Acesso em: 19 nov. 2017.

FLEGLER, G. B. **Vem aí a 28ª Festa Pomerana**. Prefeitura de Santa Maria de Jetibá: Assessoria de Comunicação da Prefeitura Municipal de Santa Maria de Jetibá/ES, Santa Maria de Jetibá, fev. 2017. Disponível em: <<http://www.pmsmj.es.gov.br/portal/vem-ai-a-28a-festa-pomerana>>. Acesso em: 19 abr. 2017.

FOERSTE, E.; FOERSTE, G. M. S.. Língua, Cultura e Educação do Povo Tradicional Pomerano. **Educ. rev.**, Belo Horizonte, v. 33, e153099, 2017. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/edur/v33/1982-6621-edur-33-e153099.pdf>>. Acesso em: 7 nov. 2017.

KOTLER, P. **Marketing de A a Z**: 80 conceitos que todo profissional precisa saber. 7. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2003. 251 p.

LAS CASAS, A. L. **Qualidade total em serviços**: conceitos, exercícios, casos práticos. 6. ed São Paulo: Atlas, 2017. 223 p.

MANSKE, C. M. R. **Pomeranos no Espírito Santos**: história de fé, educação e identidade. Vila Velha, ES: GSA, 2015. 207 p.

MAXIMIANO, A. C. A. **Teoria geral da administração**. São Paulo, SP: Atlas, 2011. xxiii, 354 p.

MIGUEL, M. C. Múltiplos olhares em prol da qualidade de serviços biblioteconômicos. **Revista ACB**, Florianópolis, v. 22, n. 2, p. 192-207, 2017. Disponível em: <<https://revista.acbsc.org.br/racb/article/view/1312/pdf>>. Acesso em: 15 ago. 2017.

MIGUEL, M. C.; SOUSA, M. M. de; FREIRE, V. F. Avaliação da qualidade nos espaços de popularização da ciência e tecnologia com ênfase na astronomia e nos ambientes imersivos de tecnologias da informação e comunicação. **Iniciação Científica, Tecnológica e Artística**, São Paulo, n. 04, v. 06, p. 64-76, abril, 2017. Disponível em: <http://www1.sp.senac.br/hotsites/blogs/revistainiciacao/wp-content/uploads/2017/04/194_IC_ArtigoRevisado.pdf>. Acesso em: 19 jul. 2016.

MIGUEL, M. C; FREIRE, V. F. Avaliação da Qualidade Orientada ao Usuário do Museu Capixaba do Negro: Aplicação da Abordagem Teórico-Metodológica SERVQUAL em um Espaço Museológico de Vitória-ES. **Revista Guará**, Vitória, n. 05, p. 103-116, Jul, 2016. Disponível em: <<http://periodicos.ufes.br/guara/article/view/14350/10092>>. Acesso em: 19 jul. 2017.

MIGUEL, P. A. C.; SALOMI, G. E. Uma revisão dos modelos para medição da qualidade em serviços. **Prod.**, São Paulo, v. 14, n. 1, p. 12-30, 2004. Disponível em: <www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-65132004000100003>. Acesso em: 22 out. 2017.

MORETTI, S. L. do. Et al. Hospitalidade em festivais: avaliação comparada das Oktoberfest de Munique (RFA) e Blumenau (SC/Brasil). **PASOS**. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. La Laguna, Espanha, n.1, v. 14, p. 213-228, 2016. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/html/881/88143642015/>>. Acesso em: 19 jul. 2017.

NITECKI, D. A.; HERNON, P. Measuring service quality at Yale's University's libraries. **The Journal of Academic Librarianship**, Ann Arbor, v. 26, n. 4, p. 259-273, Jul. 2000.

OLIVEIRA, B. Estratégias e decisões de serviços. In: MATTAR, F. N. (Org.). **Gerência de produtos: estratégias e ações para o sucesso**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013. p: 145-158.

PACÍFICO, F. (Org.). **Pommerland: a saga pomerana no Espírito Santo**. Rio de Janeiro: Arquimedes Edições; Vitória, ES: SDC, 2012. Não paginado.

PARASURAMAN, A; ZEITHAML, V. A; BERRY, L. L. A conceptual model of service quality and its implications for future research. **Journal of Marketing**, Chicago, v. 49, n. 4, p. 41-50, 1985.

PENSAMENTO & REALIDADE. **Festa, Organização e Cultura: Olhares Interdisciplinares - Chamada para número temático**. Programa de Estudos Pós-Graduados em Administração – FEA, São Paulo, 2017. Disponível em: <<https://revistas.pucsp.br/index.php/pensamentorealidade/announcement/view/320>>. Acesso em: 11 mar. 2018.

PMSMJ [Prefeitura Municipal de Santa Maria de Jetibá]. **Festa Pomerana**: cultura e tradição na região Serrana do Espírito Santo. Santa Maria de Jetibá, 2017. Disponível em: <www.pmsmj.es.gov.br/portal/vem-ai-a-28a-festa-pomerana/>. Acesso em: 29 abr. 2017.

ROCHA, R. A. da; SILVA, A. A. A Métrica SERVQUAL na Avaliação da Satisfação dos Usuários da Biblioteca Central da Universidade Federal de Santa Catarina. **Encontros Bibli**: Revista Eletrônica de Biblioteconomia e Ciência da Informação, Florianópolis, v. 21, n. 45, p. 35-53, jan./abr. 2016. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.5007/1518-2924.2015v21n45p35>>. Acesso em: 19 ago. 2017.

SOUZA, E. C.; MEIRA, J. V. S.; MASKE, D. C. A medição da qualidade dos serviços prestados em hotéis de Balneário Camboriú, SC: Uma aplicação do modelo SERVQUAL. **Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade**, v. 4, n. 4, p. 544-555, 2012. Disponível em: <<http://www.spell.org.br/documentos/ver/9420/a-medicao-da-qualidade-dos-servicos-prestados-e->>. Acesso em: 29 jun. 2017.

STEFANO, N. M. Abordagem da percepção da qualidade: na visão de clientes interno e externo em organização de serviço. **Revista de Ciências Gerenciais**, Belo Horizonte, v. 14, n. 19, p. 75-87, 2010. Disponível em: <www.pgsskroton.com.br/seer/index.php/rcger/article/view/2582/2464>. Acesso em: 29 jun. 2017.

VENTINHAS, André Celestino Ourives. **Qualidade nos serviços prestados aos turistas: aplicação do modelo SERVQUAL em cidades históricas patrimônio da humanidade**. 2016. Dissertação de Mestrado. Universidade de Évora. Disponível em: <<https://dspace.uevora.pt/rdpc/handle/10174/18299>>. Acesso em: 29 jun. 2018.

VIANA, P. T. P. A percepção de qualidade dos hóspedes de um resort localizado na Ilha de Santa Catarina a partir da reputação on-line no site TripAdvisor.com. **Navus - Revista de Gestão e Tecnologia**, [S.l.], v. 7, n. 2, p. 26-36, apr. 2017. ISSN 2237-4558. Disponível em: <<http://navus.sc.senac.br/index.php/navus/article/view/450>>. Acesso em: 10 July 2018. doi: <https://doi.org/10.22279/navus.2017.v7n2.p26-36.450>.

ⁱ Região dos Imigrantes: Montanhas, rios, cachoeiras, história e cultura, são alguns dos atrativos turísticos das oito cidades (Ibiraçu, Itaguaçu, Itarana, João Neiva, Santa Leopoldina, Santa Maria de Jetibá, Santa Teresa e São Roque do Canaã) dessa Região que foi colonizada por imigrantes europeus e seus descendentes. Seus descendentes que aqui vivem, preservam suas tradições nas comidas e trajes, costumes e personificam uma cultura pouco conhecida - trazendo para si um novo olhar, uma renovação cultural que passa de geração a geração. Destaca-se em turismo de experiência; representando uma localidade de sentidos e vivências.

ii Termo usado pelo economista austríaco Joseph A. Schumpeter, que associa o empreendedor ao desenvolvimento econômico, sendo o sistema capitalista uma força revolucionária destrutiva do processo de desenvolvimento de serviços, o qual estrutura novos produtos e serviços, novos mercados e métodos de produção e; em síntese, aniquila o velho para se criar algo renovado.

iii O termo pomerano utilizado, nesse estudo, remete e identifica o grupo de descendentes de pomeranos refere-se às pessoas de hoje, que nasceram no Brasil; portanto entenda que são descendentes. O termo povo tradicional

pomerano é utilizado para se referir aos descendentes de pomeranos como grupo, conforme reconhecido a partir do Decreto 6.040 de 7 de Fevereiro de 2007.

iv Esses autores compreendem que tal ilustração complementa a teórico-metodológica permitindo traçar diretrizes para os serviços/produtos: manter, aperfeiçoar, realocar ou rever esforços. Sendo assim, um atributo que se situar no quadrante I terá alta importância com alto desempenho, representando uma possível vantagem competitiva. Um atributo que tiver alta importância, mas baixo desempenho deverá receber atenção imediata, constando no Quadrante II. O Quadrante III concentra os atributos com alto desempenho, porém com baixa importância. O Quadrante IV contém os atributos com baixa importância e baixo desempenho, não sendo necessário concentrar esforço adicional.

Artigo recebido em: 13/03/2018

Avaliado em: 31/07/2018

Aprovado em: 02/08/2018