



**Modalidade do trabalho:** Relatório técnico-científico

**Evento:** XX Seminário de Iniciação Científica

## O VALOR DA PESQUISA DE SATISFAÇÃO DO CLIENTE EM EVENTOS E FEIRAS<sup>1</sup>

**Greice Walter Pieper<sup>2</sup>, Naiara Walter Pieper<sup>3</sup>, Lurdes Marlene Seide Froemming<sup>4</sup>, Ivo Ney Kuhn<sup>5</sup>.**

<sup>1</sup> Resumo elaborado a partir das pesquisas realizadas na Expoijui/Fenadi sobre satisfação do Visitante e Expositor

<sup>2</sup> Acadêmica do curso de Graduação em Ciências Contábeis do Departamento de Ciências Administrativas, Contábeis, Econômicas e da Comunicação – DACEC, da UNIJUI. Bolsista de Iniciação Científica  
PIBIC/Unijui, greice.pieper@unijui.edu.br

<sup>3</sup> Acadêmica do Curso de Graduação em Administração do Departamento de Ciências Administrativas, Contábeis, Econômicas e da Comunicação – DACEC, da Unijui. Bolsista PIBIT/CNPq, naiara.pieper@unijui.edu.br

<sup>4</sup> Professora Doutora do Departamento de Ciências Administrativas, Contábeis, Econômicas e da Comunicação– DACEC; Líder do Grupo de Pesquisa NEM- Núcleo de Estudos em Marketing, lurdesf@unijui.edu.br

<sup>5</sup> Professor do Departamento de Ciências Administrativas, Contábeis, Econômicas e da Comunicação– DACEC, ivok@unijui.edu.br

**Resumo:** O objetivo do estudo é analisar as pesquisas aplicadas na Expoijui/Fenadi Ijuí-RS com o intuito de abordar o papel e valor da pesquisa de satisfação em feiras, considerando-a uma ferramenta estratégica para fornecer conhecimento e melhorar a gestão, bem como trazer benefícios e inovações auxiliando na evolução do evento/feira. Em busca de embasamento teórico utilizou-se de concepções de autores relacionados a marketing de eventos, importância das feiras para os negócios, satisfação do cliente e pesquisa de satisfação. Para o tratamento e análise dos dados foram construídos gráficos das séries temporais 2004-2007 e 2009-2011 tendo por base resultados das pesquisas de satisfação da Expoijui/Fenadi. Nestes períodos constatou-se aumento no nível geral de satisfação tanto dos visitantes quanto dos expositores desde 2004 até 2011. Diversas melhorias, resultantes da pesquisa, já foram implementadas no período. Estes resultados foram possíveis pela sólida parceria entre a Unijui e a direção da Expoijui/Fenadi.

**Palavras-Chave:** Feiras-Exposições; Satisfação de Consumidores; Expoijui/Fenadi.

### Introdução

A satisfação dos clientes é um importante indicador de gestão para as organizações. Para alimentar este indicador, no entanto, é preciso ouvir as necessidades e expectativas dos clientes, buscando a satisfação máxima dos mesmos em relação aos serviços prestados. Constituindo-se a satisfação do consumidor uma importante fonte de estratégia competitiva das organizações, surge a necessidade de se medir esta satisfação. Inúmeros estudos e modelos têm sido criados para buscar estas medidas de modo a melhor atender as necessidades de as empresas entenderem o grau de satisfação/insatisfação de seus clientes (FROEMMING, 2002).





**Modalidade do trabalho:** Relatório técnico-científico

**Evento:** XX Seminário de Iniciação Científica

Na visão de Rodrigues et al. (1997), quando as organizações procuram oferecer qualidade em seus serviços, elas estão buscando a plena satisfação de seus clientes. Para tanto é necessário compreender as necessidades deles e tentar atendê-las com criatividade e produtividade. A satisfação dos clientes é um alvo móvel que deve ser continuamente monitorado, pois as expectativas dos consumidores e padrões de desempenho estão em constante modificação.

Nesse contexto, através deste trabalho, quer-se abordar o papel e a importância da pesquisa de satisfação em feiras e a utilização dos resultados no processo de melhoria contínua adotado como estratégia pela direção da Expojuí/Fenadi nos últimos anos. O foco centra-se na série temporal do período 2004-2007 e 2009-2011. A representação dos resultados em duas séries com intervalo foi motivada pela não realização da pesquisa em 2008.

### Metodologia

Esta pesquisa classifica-se em descritiva, bibliográfica, documental utilizando-se de dados, especificamente coletados de pesquisas de satisfação de clientes. Inicialmente, foram coletados estes dados provenientes de entrevistas realizadas anteriormente com expositores e visitantes da feira EXPOJUÍ/FENADI. O número de expositores gira em torno de 550 e visitantes num total aproximadamente 160 mil cada ano.

Ano	Expositores	Visitantes	Ano	Expositores	Visitantes
2004	257	453	2009	130	300
2005	308	758	2010	193	270
2006	208	586	2011	192	360
2007	107	353			

Tabela 1 – Número de entrevistados das séries temporais - Expositores e Visitantes

As pesquisas de satisfação utilizaram-se do método Survey, que, segundo Malhotra (2001), emprega um questionário estruturado aplicado a uma amostra de uma população e que se destina a obter informações específicas dos entrevistados. Empregou-se a escala de Lickert, com cinco opções de escolha, desde "muito insatisfeito", com peso 1,0, até "muito satisfeito" com peso 5,0.

A tabulação e análise foi realizada utilizando o software estatístico SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) versão 8.0, bem como da planilha eletrônica Excel. Utiliza-se os dados recolhidos com o objetivo de identificar as categorias e os atributos que constam nos questionários das edições de 2011, 2010 e 2009 e também 2007, 2006, 2005 e 2004. As médias destas séries foram julgadas a fim de observar a evolução da satisfação dos visitantes e expositores no decorrer da EXPOJUÍ/FENADI. Uma série temporal é qualquer conjunto de observações ordenadas no tempo ou são conjuntos de medidas de uma mesma grandeza, relativas a vários períodos consecutivos. Todos os dados tratados nesta pesquisa enquadram-se nestas definições e disso resulta a importância da análise de séries temporais para o presente trabalho.

### Resultados e discussão

Avaliando a média dos atributos escolhidos em relação aos expositores na série temporal 2009-2011, observa-se que o nível médio de satisfação, no geral, não mostrou grandes oscilações. Em relação ao





**Modalidade do trabalho:** Relatório técnico-científico

**Evento:** XX Seminário de Iniciação Científica

atributo Comunicação/informações a média em 2009 iniciou com 3,7, em 2010 subiu para 3,9 e em 2011 decresceu para 3,6. Essa mesma oscilação ocorreu com o quesito Estacionamento de 3,4 para 3,7 e 3,1. A Qualidade das Refeições e Lanches teve índices de 3,8 para 4,1 e 3,5 nos anos de 2009, 2010 e 2011 respectivamente. Limpeza, Higiene e Quantidade de Banheiros Sanitários em 2009 o índice foi 3,5 passou para 3,7 e novamente baixou para 3,6, e o Nível de Satisfação com toda a Feira Expojui/Fenadi teve índice de 4,0 em 2009 diminuindo e chegando a 3,8 em 2010, mas novamente decrescendo no ano de 2011 chegando a 3,7. Pode-se inferir em relação a oscilação de índices dos três anos que 2010 foi o período que obteve mais aceitação e satisfação em relação a todos os atributos. O índice de menor satisfação no ano de 2009 se concentrou na Ventilação dos Pavilhões, Estacionamento e Limpeza/Higiene/Quantidade de Banheiros Sanitários; no ano de 2010 essa situação se repetiu acompanhado do Volume de Negócios realizados durante a Feira. Em 2009 e 2010 o nível de satisfação dos expositores considerando as médias maiores de 3,0, foi de 100%. Em 2011 a média de alguns atributos caiu, por isso a satisfação obteve percentual de 93%, sendo 7% de insatisfação que se concentrou na ventilação dos pavilhões.

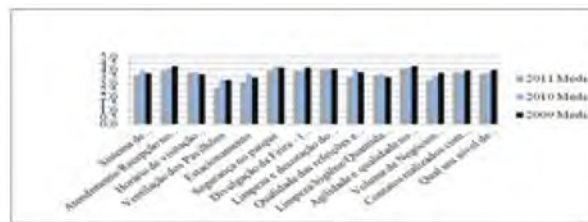


Figura 1: Média atributos-Expositores 2009-2011



Figura 2: Média atributos-Visitantes 2009-2011

No que se refere a satisfação dos visitantes da mesma série temporal anterior (fig. 2), os movimentos das médias não foram muito diferentes. Horário de Visitação foi o quesito que obteve maior satisfação nos três anos, 2009, 2010 e 2011 com índice de 4,2 sendo também este índice referente a maior média atingida na percepção dos visitantes para Sistema de Comunicação/informação e a Limpeza e Decoração do Parque no ano de 2011. O único índice que teve crescimento positivo de 2009 a 2011 foi Limpeza e Decoração do Parque com aumento de 0,2, sendo que os índices dos demais atributos permaneceram na mesma faixa ou decresceram. Em 2009 a maior satisfação se deteve no Horário de



**Modalidade do trabalho:** Relatório técnico-científico

**Evento:** XX Seminário de Iniciação Científica

Visitação Pública e Sistema de Comunicação/Informação; ocorrendo o mesmo em 2010 incluindo Atendimento/Recepção no Parque.

Avaliando a satisfação, na série temporal 2004-2007 (fig. 3) o maior nível médio de satisfação para expositores girou em torno de 4,1 a 4,2 estando entre satisfeito e muito satisfeito, sendo está média para Segurança no Pavilhão, Guarda-Volumes, Limpeza e Decoração no Parque e Agilidade e Qualidade no Sistema de Credenciamento. A menor satisfação se concentrou enos itens Ventilação dos Pavilhões e Preços dos Espaços. Em uma análise geral nos anos de 2004 para 2006 a tendência foi a elevação dos índices médias. De 2006 para 2007 ocorre leve decréscimo das médias. Em relação a porcentagem de satisfação considerando a média maior que 3,0, para expositores do ano de 2004 foram 81,9% satisfeitos, 13,6% insatisfeitos e 4,5% apresentaram-se indiferentes. Para o ano de 2005, a satisfação chegou a 91% e a insatisfação 9%. Já em 2006 e 2007 a porcentagem de satisfação teve uma queda para 82% e conseqüente insatisfação de 18%.

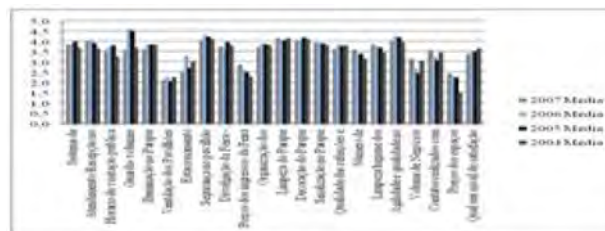


Figura 3: Média atributos- Expositores 2004-

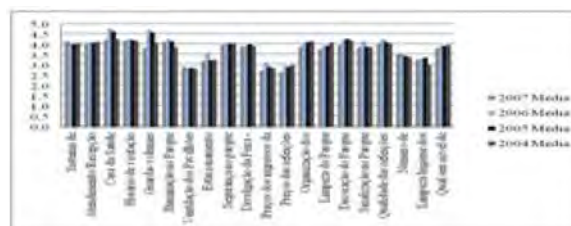


Figura 4: Média atributos-Visitantes 2004-2007

Na visão dos visitantes da série 2004-2007 (fig. 4) sua satisfação na média dos quatro anos ficou focada nos atributos Casa de Saúde (ambulância, médicos, enfermeiros etc.), Guarda-Volumes, Horário de visitação e Decoração do Parque. Já a menor satisfação é em relação a Ventilação dos Pavilhões e Preço dos Ingressos da Feira e das Refeições.. A porcentagem de satisfação em 2004, foi de 80%, sendo 10% insatisfeitos e 10% indiferente. Em 2005 subiu para 85% os satisfeitos e 15% insatisfeitos. Em 2006 subiu ainda mais a satisfação chegando a 90% e 10% de insatisfação. Porém em 2007 caiu novamente para níveis percentuais do ano de 2005.

Por fim, evidencia-se que alguns quesitos tiveram média de satisfação 4,0 ou maior que 4,0. Em relação aos Expositores da série 2009 a 2011, se destacaram em 2009 o Atendimento e Recepção no Parque, Segurança no Parque, Divulgação da Feira, Limpeza e Decoração do Parque, Agilidade e



**Modalidade do trabalho:** Relatório técnico-científico

**Evento:** XX Seminário de Iniciação Científica

Qualidade no Sistema de Credenciamento, Contatos realizados com Clientes ou futuros Clientes e o Nível de Satisfação com toda a Feira. Em 2010 Atendimento e Recepção, Segurança no Parque, Limpeza e Decoração, Qualidade das Refeições e Lanches, Agilidade e Qualidade no Sistema de Credenciamento. E em 2011 apenas Limpeza e Decoração do Parque e Agilidade e Qualidade no Sistema de Credenciamento.

Ainda em relação aos Expositores, mas com referência a série 2004 a 2007, a maior satisfação em 2004 centra-se na Segurança no Pavilhão, Limpeza e Decoração e Agilidade e Qualidade no Sistema de Credenciamento. Em 2005 foram o Sistema de Comunicação e Informação, Guarda-volumes, Segurança no Pavilhão, Divulgação da Feira e Agilidade e Qualidade no Sistema de Credenciamento. Em 2006 e 2007 os aspectos relacionados à o Atendimento/Recepção no Parque, Guarda-volumes, Segurança no Pavilhão, Limpeza e Decoração do Parque e Agilidade e Qualidade no Sistema de Credenciamento foram avaliados com maior satisfação.

Para os Visitantes 2009, 2010 e 2011 o maior grau de satisfação se refere aos itens Sistema de Comunicação e Informação, Atendimento e Recepção no Parque, Horário de Visitação Pública, Ventilação dos Pavilhões, Segurança no Parque, Divulgação da Feira, Limpeza e Decoração do Parque e Qualidade das Refeições e Lanches. O nível geral de Satisfação da Feira também foi muito elevado em 2010 e 2011. E no ano de 2011 Sistema de Comunicação e Informações, Atendimento/Recepção no Parque, Horário de Visitação Pública, Segurança no Parque, Divulgação da Feira, Limpeza e Decoração do Parque, Qualidade das Refeições e Lanches e o Nível de Satisfação com toda a Expoijui/Fenadi.

Sobre os Visitantes no período 2004-2007 a maior satisfação se concentrou nos atributos Sistema de Comunicação e Informações, Atendimento e Recepção no Parque, Casa de Saúde, Horário de Visitação, Guarda-volumes, Segurança no Parque, Organização dos Expositores/Standes, Limpeza e Decoração do Parque, Qualidade das Refeições e Lanches, Iluminação do parque.

Uma vez conhecido o grau de satisfação geral dos clientes, necessita-se trabalhar nesses índices de forma a garantir que o cenário negativo se reverta e o positivo aumente ou permaneça.

### Conclusões

Com base nos resultados constata-se que a maioria dos entrevistados, tanto os visitantes como os expositores, ficaram entre satisfeitos e muito satisfeitos, isso decorre devido ao motivo de que já foram implementadas melhorias nos serviços e produtos ofertados na feira, sendo que só foi possível devido as pesquisas de satisfação que vem sendo feitas desde 2001 pela parceria Universidade/Empresas.

Neste sentido, verificamos que houve melhora no nível geral de satisfação dos expositores e visitantes da feira de uma série para outra. A realização do evento possibilita a garantia de um nível de satisfação que traz um conceito positivo junto ao comércio regional, através de oportunidades inéditas para a divulgação de novos produtos, fechamento de negócios e ascensão da imagem dos expositores. A importância de realizá-lo está também no fato da difusão da diversidade de culturas existentes, que proporciona a visita das pessoas às casas étnicas e a degustação de pratos típicos, bem como a apreciação das apresentações artísticas no palco central da feira.



**Modalidade do trabalho:** Relatório técnico-científico

**Evento:** XX Seminário de Iniciação Científica

Aponta-se como um resultado agregado nesta pesquisa a particularidade de ser um processo de integração Universidade e Associação Comercial do Município. Os motivos que levam instituições a cooperar para com os eventos da comunidade referem-se ao fato de poder contribuir realizando trocas de conhecimentos teóricos e práticos, buscando um locus para a pesquisa e a extensão e na socialização deste conhecimento para a comunidade, sendo uma forma louvável de interagir com o ambiente. No âmbito da Unijuí, esta forma de estudo se justifica pelo cunho filantrópico e o envolvimento constante em projetos de pesquisa, que sempre contribuíram para o crescimento, melhoria e incentivo dos negócios na região.

Devido à vasta gama de variáveis que surgiram da evolução nos hábitos de consumo e desenvolvimento da tecnologia, destaca-se a importância de mecanismos que garantam um conhecimento constante do mercado que possibilitem a geração de respostas rápidas às mudanças que nele ocorrem. A busca do conhecimento do consumidor jamais termina a partir de um único estudo.

#### Referências Bibliográficas

FROEMMING, Lurdes. Marlene. S. Encontros de serviços em uma instituição de ensino superior. Ijuí: Ed. Unijuí, 2002.

MALHOTRA, N. K. Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada. 3 ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

RODRIGUES, F. F. de A; LEAL, M. L. de M. & HARGREAVES L. Qualidade em prestação de serviços. Rio de Janeiro: SENAC/DN/DFP, 1997.