

Modalidade do trabalho: Relatório técnico-científico
Evento: XX Jornada de Pesquisa

PESQUISA DE SATISFAÇÃO: UM ESTUDO NA 13ª FEICAP DO MUNICÍPIO DE TRÊS PASSOS RS¹

Emerson Ronei Da Cruz², Maira Fatima Pizolotto³, Fátima Marlise Marroni Rosa Lopes⁴, Ivo Ney Kuhn⁵.

¹ Trabalho realizado pelo Laboratório de Gestão do Curso de Administração da UNIJUI câmpus Três Passos

² Bacharel em Administração; Pós-Graduado em Engenharia da Produção; Analista do Laboratório de Gestão – Câmpus Três Passos; emerson.ronei@unijui.edu.br

³ Professora do DACEC/UNIJUI; Coordenadora do curso de Administração câmpus Três Passos; mairap@unijui.edu.br

⁴ Pró-Reitora da UNIJUI câmpus Três Passos; Professora Doutora da UNIJUI; fatima.lobes@unijui.edu.br

⁵

Introdução

A FEICAP – Feira da Indústria, Comércio, Agropecuária e Serviços de Três Passos - se constitui em um importante espaço para evidenciar a pujança e o desenvolvimento de Três Passos e da região Celeiro no Noroeste do estado do Rio Grande do sul. Em 2015, ano em que ocorreu sua 13ª edição, ela se consolidou ainda mais como um evento de grande repercussão e significância até mesmo em nível nacional. Tal representatividade aumentou também a expectativa de uma maior atração de expositores e de visitantes para o evento. Com o propósito de subsidiar a Comissão Organizadora da Feira em eventos futuros, na edição deste ano os acadêmicos do curso de Administração da Unijui campus Três Passos por meio do Laboratório de Gestão do curso aplicaram duas pesquisas, sendo uma direcionada aos visitantes e outra aos expositores, visando a auferir os índices de satisfação com relação à feira e traçar um perfil dos sujeitos participantes. Tal avaliação permitiu diagnosticar a percepção destes públicos no que tange à infraestrutura, conforto e conveniência e serviços oferecidos durante a feira. Além disso, proporcionou uma importante oportunidade dos alunos integrarem atividades de ensino com os projetos institucionais de pesquisa e extensão da Universidade. Para Engel et.al. (2000) a satisfação é uma avaliação pós-consumo em que a alternativa escolhida, no mínimo, alcance ou exceda as expectativas. Na visão de Oliver (1997) a satisfação é uma reação completa do consumidor ao ato de consumir. Os julgamentos dos atributos do produto ou serviço proporcionam, ou estão proporcionando um nível de experiência completa de consumo, que pode ser agradável ou não. Em suma, a satisfação trata de diagnosticar o sentimento de um indivíduo, resultante de uma comparação da performance de um produto ou evento em relação às suas expectativas. A satisfação de visitantes e expositores de uma feira pode ser analisada em três fases: num primeiro momento o sujeito forma uma expectativa em relação ao evento e ao conjunto de atividades que o envolve. Num segundo momento ocorre a configuração da satisfação em relação à experiência vivenciada com relação ao evento, relacionadas à infraestrutura, conforto e conveniência e serviços, influenciados por todas as variáveis com as quais interage. Ao final, forma-se uma avaliação geral da satisfação, relativa ao conjunto de todas as variáveis que são

Modalidade do trabalho: Relatório técnico-científico
Evento: XX Jornada de Pesquisa

levadas em conta ao longo da experiência. Atualmente, a avaliação constante da satisfação torna-se uma importante ferramenta dos esforços organizados, pois é capaz de trazer benefícios como forma de realimentar e controlar o esforço de uma iniciativa, tal como uma feira, sob o ponto de vista de seus visitantes e expositores (MARCHETTI; PRADO, 2001). Enfim, o objetivo do presente estudo foi aduzir os indicadores de Satisfação dos Visitantes e Expositores com relação à FEICAP, diagnosticando os principais pontos fortes e fracos na percepção dos entrevistados e também avaliar comparativamente os resultados a partir de cruzamento de dados com um indicador disponível e atualizado, com vistas à leitura da dinâmica da economia local.

Metodologia

Com o propósito de mensurar o nível de satisfação dos expositores e visitantes, o método de pesquisa estruturou-se em duas fases, sendo uma de caráter exploratório e outra de caráter descritivo (MATTAR, 1994). Na etapa exploratória foi efetuada uma análise crítica dos instrumentos de coleta de dados utilizados em outras feiras, como exemplo a Expojuí e a Expofesa. A partir dos ajustes feitos, a etapa descritiva envolveu a realização de um Survey (levantamento) por meio da aplicação de um questionário estruturado para Expositores e Visitantes da Feira. A realização da etapa exploratória foi realizada para avaliar e validar as variáveis incluídas no questionário. O questionário apresentou as variáveis agrupadas em três dimensões, sendo elas: Eventos Centrais e Atrações Permanentes, Organização e Serviços, que foram mensuradas por meio de uma escala intervalar do tipo Likert de cinco pontos, variando de muito insatisfeito até muito satisfeito. Além disso, foram coletadas informações para a caracterização dos respondentes da pesquisa. Os dados foram obtidos por meio de entrevista pessoal, sendo que a equipe de pesquisa inicialmente abordava as pessoas, se identificava e explicava rapidamente a natureza e os objetivos da pesquisa. Em seguida os sujeitos eram convidados a participar da pesquisa para avaliar a sua satisfação com relação à feira. Os entrevistadores solicitavam que as pessoas informassem o seu nível de satisfação em relação a cada uma das variáveis apresentadas. Finalmente foram coletados dados de caracterização dos participantes. Foram coletados 105 questionários junto a expositores e 363 junto a visitantes. A amostra caracterizou-se como não probabilística por conveniência (MALHOTRA, 2001). Após a realização da coleta de dados procedeu-se uma triagem dos questionários para verificar a validade dos mesmos e em seguida foi realizado a tabulação dos mesmos. Para efeito de análise foram utilizadas as seguintes estatísticas (HAIR, 2005): para os dados relacionados à caracterização dos respondentes utilizou-se o procedimento de distribuição de frequência simples; na mensuração da satisfação foi utilizada a análise descritiva de valores absolutos e percentuais obtidos em cada resposta, procurando demonstrar a satisfação média dos entrevistados para cada variável. A média foi obtida conforme as respostas dadas nas escalas intervalares apresentadas nos questionários. A satisfação dos respondentes teve suas médias convertidas em escala percentual; por fim, foram realizadas análises cruzadas para verificar variações de percepção da satisfação e de perfil a partir de variáveis de caracterização.

Resultados e discussão

Modalidade do trabalho: Relatório técnico-científico
Evento: XX Jornada de Pesquisa

Inicialmente serão apresentados os principais resultados obtidos a partir da pesquisa com o grupo de expositores e em seguida os relativos aos visitantes. O setor com maior representatividade de expositores foi a Indústria e Comércio (37,3%), seguido de empresas voltadas ao setor da Agropecuária (15,3%), Serviços (13,6%), Instituições de Educação (11,9%) e variados (5,1%). Inicialmente a pesquisa apresenta os índices de satisfação dos expositores nas dimensões Eventos Centrais e Atrações Permanentes e Serviços e Organização da Feira. Percebe-se que, das 18 variáveis pesquisadas em 2015, somente três obtiveram índices negativos e que merecem atenção, sendo os itens Qualidade das refeições (36,3%), Estacionamento para expositores que atingiu um percentual (29,5%) e quantidade de Sanitários (27,8%). Os itens que tiveram os maiores percentuais de satisfação por parte dos expositores foi o setor Agropecuário (82%), a Segurança no parque (80,4%), o Horário de visitação (79,6%) e Organização da Feira (74,1%). Cabe salientar que somente 4,1% dos expositores entrevistados disseram que não pretendem expor novamente na Feira. Analisando o levantamento feito com os 363 visitantes, chegamos ao seguinte perfil: 51% homens e 49% mulheres, a maioria está na faixa etária entre 18 a 29 anos (42,6%), seguida da faixa etária composta de pessoas de 30 a 39 anos (18,1%). A maioria dos entrevistados gastaram durante a feira uma média de R\$ 101,00 a R\$ 300,00 reais (37,2%), sendo que a próxima faixa de gastos com maior número de respondentes é até R\$ 100,00 (27,4%). Quanto ao estado de origem dos visitantes, 98,9% são do Rio Grande do Sul e os demais são oriundos de Santa Catarina e Paraná. Com relação à frequência de visitação, a maioria dos respondentes frequentou a feira duas a três vezes (52,2%), sendo que a frequência de visitação de cinco vezes ou mais vem em seguida (19,3%). Grande parte dos entrevistados apontou como meio de deslocamento para feira o carro (95,9%) e quando questionados sobre quantas pessoas vieram visitar a feira 32,6% disseram terem vindo sozinhas e 22,7% acompanhadas de mais duas pessoas. O item que aponta o maior índice de insatisfação por parte dos visitantes é o estacionamento (74,3%). Porém, a satisfação é notória nos números apresentados no quesito horário de visitação (92,2%), Divulgação (87,1%) e Shows (85,4%). No geral a satisfação com os serviços e organização da feira foi de 84,3% e o nível de satisfação para com a 13ª FEICAP chegou a 89,8% expressando um altíssimo índice geral.

Conclusões

Os resultados obtidos corroboram a importância de pesquisas contínuas no que tange às avaliações de satisfação. Além de ser um importante laboratório de aplicação para acadêmicos, o survey contribui significativamente para a Comissão Central da FEICAP no sentido da identificação de lacunas e de aspectos que devam ser aperfeiçoados, bem como, fortalece os pontos positivos para uma nova edição. O relatório de pesquisa apresentado neste ano servirá como ponto de partida para que todas as comissões que integram a FEICAP iniciem o planejamento da Feira de 2017. As melhorias feitas para esta edição resultaram em indicadores de satisfação superiores em quase todos os itens avaliados. Esta evolução dos níveis é fundamental em termos deste construto de avaliação. A satisfação é também entendida como uma curva ascendente, ou seja, ao estabelecer um nível de satisfação em um primeiro momento, o indivíduo espera que os próximos contatos sejam pelo menos iguais ao primeiro, nunca menores. Em suma, no contexto da FEICAP, as pessoas esperam que a feira atual proporcione pelo menos um grau de satisfação semelhante à anterior ou, preferencialmente, maior. Diante disso, a pesquisa auxiliou no monitoramento da evolução dos

Modalidade do trabalho: Relatório técnico-científico
Evento: XX Jornada de Pesquisa

indicadores de satisfação para as próximas edições do Evento. Dessa forma, a comissão organizadora municiou-se com informações que permitem aperfeiçoar ainda mais a feira, fortalecendo os aspectos que são bem avaliados e melhorando aqueles que se encontram com índices baixos. Os impactos acadêmicos também são significativos, pois a pesquisa permitiu aos alunos interagirem em todas as etapas de um processo de pesquisa e extensão.

Palavras-chaves: Visitantes; Expositores; Feira de Exposições.

Referências Bibliográficas

- ENGEL, J. F., BLACKWELL, R. D., MINIARD, P. W. Comportamento do consumidor. 8ª ed. Rio de Janeiro: LTC Editora, 2000
- HAIR, J. F. Jr. Análise Multivariada de Dados. 5ed, Porto Alegre: Bookmann, 2005.
- MALHOTRA, N. Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada. 3. ed. – Porto Alegre: Bookman, 2001.
- MARCHETTI, R. Z.; PRADO, Paulo. Um tour pelas medidas de satisfação do consumidor. RAE. Revista de Administração de Empresas, S.Paulo, v. 41, n. 4, p. 58-67, 2001.
- OLIVER, R. Satisfaction: a behavioral perspective on the consumer. Boston: McGraw-Hill, 1997.
- RODRIGUES, F. F. A. Qualidade em prestação de serviços. Rio de Janeiro: SENAC/DN/DFP, 1997.
- ZAMBERLAN, Luciano et. al. Pesquisa em Ciências Sociais Aplicadas. Ijuí: Editora Unijuí, 2014.