



GESTÃO DE SERVIÇOS: A AVALIAÇÃO DA SATISFAÇÃO DOS VISITANTES DA FENASOJA 2006¹

Cleide Marisa Rigon², Ivo Ney Kuhn³, Lurdes Marlene Froeming⁴. UNIJUI

INTRODUÇÃO: Este artigo tem como objetivo relatar e analisar o nível de satisfação dos visitantes da 16ª edição da Feira Nacional da Soja - FENASOJA. A pesquisa realizada durante este evento que acontece a cada dois anos na cidade de Santa Rosa (RS), teve o intuito de colaborar com sugestões e ações de melhorias para as próximas edições da feira e validar uma metodologia de avaliação da satisfação de usuários deste tipo de empreendimentos. Esta pesquisa foi coordenada pelo Departamento de Estudos da Administração da Unijuí. A questão avaliada foi: Qual o nível de satisfação dos visitantes da FENASOJA 2006? A pesquisa ocorreu no Parque de Exposições de Santa Rosa (RS), nos dias 4 e 5 de Maio do corrente ano. **MATERIAL E MÉTODOS:** Utilizou-se um questionário estruturado com 50 questões fechadas, com 5 opções de uma única escolha, atendendo as dimensões e atributos delineados. Para tanto, utilizou-se a escala de Lickert, com cinco opções de escolha, desde "muito insatisfeito" até "muito satisfeito". Assim, foram coletadas informações destinadas à caracterização dos 134 visitantes pesquisados. Esta amostra, de caráter não probabilístico por conveniência. Os entrevistados foram abordados, aleatoriamente, por estudantes de administração e economia nos turnos da tarde e noite. O método de abordagem consistiu no esclarecimento rápido da natureza da pesquisa e, em concordância com o entrevistado, preenchia-se o instrumento de coleta. A tabulação e análise gráfica foram feitas com o auxílio do software estatístico SPSS, versão 8,0. **RESULTADOS:** Os visitantes residentes em Santa Rosa representaram 39,6% dos entrevistados. Mais de 62,7% dos visitantes já frequentaram três ou mais vezes a feira e 73,9% gastam até R\$100,00 em produtos e serviços da feira. Avaliando a satisfação, no atributo conforto e conveniência, que congrega iluminação, ventilação, estacionamento, segurança, informações e preços de ingressos, produtos e shows, o nível médio de satisfação foi bem significativo e girou em torno de 69% entre satisfeito e muito satisfeito. A insatisfação se concentrou nos preços das refeições, dos produtos e do tempo de espera na fila de entrada. No atributo infra-estrutura e organização da feira, que integra limpeza, decoração, sinalização, restaurantes, sanitários, dentre outros, o nível de satisfação foi de 68%. Neste atributo a insatisfação dos respondentes se concentrou no item relacionado à higiene e quantidade de banheiros, sinalização do parque, facilidade de encontrar os expositores e qualidade das refeições. Quanto à satisfação quanto aos serviços disponíveis na feira a reclamação referiu-se ao atendimento bancário e atendimento médico. Nos atributos atrações permanentes e atividades culturais, o nível de satisfação também foi muito elevado, aproximadamente de 73%. Em relação às atrações culturais, a principal insatisfação concentra-se na apresentação de artistas locais, Espaço Conesul e parque de diversões. Observando o nível geral de satisfação dos visitantes em 2006, 76% deles se mostraram entre satisfeitos e muito satisfeitos. **CONCLUSÕES:** Feiras são oportunidades

¹ Pesquisa vinculada ao Programa de pesquisa Gestão e Organizações no Contexto da Modernidade, na projeto de pesquisa do Gestão de serviços: diagnóstico e análise multisetorial em empresas do Noroeste Colonial e da Fronteira Noroeste do RS do DEAd/UNIJUI, executada em parceria com a Associação Comercial, Industrial, Serviços e Agropecuária de Santa Rosa - ACISAP, com a Comissão Central da FENASOJA e com a participação de Estudantes vinculados aos Cursos de Administração e Economia da UNIJUI.

² Professora pesquisadora do DEAd/UNIJUI, Mestre em Engenharia da Produção – cleide@unijui.tche.br

³ Professor pesquisador do DEAd/UNIJUI, Mestre em Administração - ivok@unijui.tche.br

⁴ Professora coordenadora do projeto de pesquisa do DEAd da UNIJUI, Doutora em Marketing – lurdesf@unijui.tche.br



únicas para tornar público novos produtos, para fechar negócios, para fortalecer imagem. Portanto, medir o desempenho de uma feira é muito importante para avaliar o sucesso da estratégia dos expositores. O planejamento de novas edições de feiras consegue significativos avanços ao elevar os níveis de satisfação/insatisfação das feiras já ocorridas para dar suporte a estratégias das edições subsequentes.