

A extensão das dimensões da qualidade na argúcia dos consumidores da I Feira Capixaba de Produtos da Reforma Agrária

Marcelo Calderari Miguel¹

¹Especialista em Ciência & Tecnologia pela Universidade Federal de Minas Gerais – UFMG. E-mail: marcelocalderari@yahoo.com.br

RESUMO

Avalia a qualidade dos serviços prestados na Primeira edição da Feira Capixaba de Produtos da Reforma Agrária do Espírito Santo, 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 pelos feirantes, destacando os pontos fortes e fracos em uma feira livre. Essa pesquisa é um estudo de levantamento, utilizando a técnica do incidente crítico e do questionário semiestruturado. Os resultados obtidos evidenciam que os fregueses consideram a dimensão empatia importante e bem desempenhada pelos feirantes. Nesse período de três dias o evento interligou a extensão universitária, a comunidade urbana e o trabalhador camponês, esclarecendo para os consumidores da Região Metropolitana da Grande Vitória o valor do processo produtivo agrário, viabilizando renda para as famílias assentadas e uma valorização do movimento sem-terra.

Palavras-chave: Dimensões da qualidade; Produtos da reforma agrária; Processo de desenvolvimento de serviços.

The extension of the dimensions of quality in the consumers' curiosity of the 1st Capixaba Fair of Agrarian Reform Products

ABSTRACT

Evaluates the quality of services provided in the first edition of the Capixaba Fair of Agrarian Reform Products of Espírito Santo, 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. Checks the quality of the services offered by the fair, highlighting the strengths and weaknesses in a fair. This research is a survey study, using the critical incident technique and the semi-structured questionnaire. The results obtained evidence that customers consider the dimension empathy important and well performed by the marketers. In this three-day period, the event interconnected the university extension, the urban community and the peasant worker, explaining to the consumers of the Metropolitan Region of Greater Vitória the value of the agrarian productive process, making income possible for settled families, Earth.

Keywords: Quality dimensions; Products of agrarian reform; Service Development Process.

INTRODUÇÃO

O presente artigo abordar o seguinte problema: quais “percepções e expectativas” têm a clientela da I Feira Capixaba de Produtos da Reforma Agrária? Essa investigação tem por objetivo averiguar a qualidade dos serviços prestados na Feira de Produtos da Reforma Agrária realizada em Vitória como foco os múltiplos olhares dos visitantes diante o processo de desenvolvimento dos serviços. A metodologia utiliza uma releitura da abordagem teórico-metodológica Servqual de (PARASURAMAN; ZEITHAML; BERRY, 1985) e, questionários são usados a fim de diagnosticar o serviço ofertado na feira e captar desejos e necessidades do público da feira. Grosso modo, esse estudo apresentar uma tendência em espaços não formais de educação mostrando que é importante avaliar e aprimorar a qualidade, a gestão e o desempenho organizacionais.

Miguel e Freire (2016) alertam para crescente utilização dessa metodologia Servqual em espaço não formal de educação, o método se enquanto *modus operandi* sinalizar uma tendência pela qualidade; a qual se infiltrou paulatinamente como instrumento avaliativo em museus, jardins botânicos e bibliotecas, (MIGUEL; FREIRE, 2016), porém não se tem notícia de sua aplicação em feiras livres e mercados públicos. Portanto, é fascinante poder discutir a questão da qualidade em ambientes abertos. De um modo sutil, a origem da feira livre remonta o século IX na Europa, segundo Pirenne (1936) os mercados locais eram estabelecidos com vistas a prover a população local com os gêneros de primeira necessidade.

“Feira livre” é substantivo coletivo. Isso significa que ela apenas existe se congrega diversas unidades produtivas (as bancas) de propriedade dos feirantes titulares, que são microempresários e os feirantes ambulantes (que portam as mercadorias nas mãos e as oferecem à freguesia caminhando pela feira) [...] (SATO; HESPANHOL BERNARDO; OLIVEIRA, 2008).

De acordo com Sato, Hespanhol Bernardo e Oliveira (2008) a feira livre é uma modalidade de comércio bastante antiga nos centros urbanos, que se perpetua hodiernamente devido o fato de ser um espaço multidimensional que conglera trabalho, arte e sociabilidade. Diferentemente dos modernos mercados que visam reproduzir o capital, a feira livre é uma atividade econômica que objetiva, sobretudo, garantir as condições de sobrevivência dos trabalhadores (SATO; HESPANHOL BERNARDO; OLIVEIRA, 2008; SATO, 2007).

Uma particularidade estrutural importante é que esse estudo emaranha-se na concepção de uma *feira nova*, de um evento que ampliar o espaço dialógico da “Reforma Agrária como um produto de Políticas públicas” e, visa combater às desigualdades sociais e proteger o meio ambiente. Nesse painel, uma exposição aproxima os agricultores aos mercados locais e regionais propiciando um colóquio sobre o manejo agroecológico e o acesso à terra.

As Feiras proporcionam momentos nos quais as famílias assentadas realizam o diálogo com o consumidor, conseguem apresentar os produtos do seu trabalho; falam da origem da matéria-prima e da forma de produzir, gerando um elo entre

o assentado e o consumidor, para o qual traz uma segurança sobre a qualidade e a procedência do produto, bem como demonstra a capacidade organizativa e produtiva das famílias, abrindo outras possibilidades concretas de organizar a produção para a comercialização direta (SIEEX, 2016).

Em suma, o presente diagnóstico retrata a visão dos consumidores (da Região Metropolitana da Grande Vitória - RMGV) sobre a qualidade dos serviços prestados na I Feira e Exposição de Produtos da Reforma Agrária no Estado do Espírito Santo, abrindo escopo para vislumbrar a consciência e conscientização sobre o empreendedor-sustentável e a questão dos assentamentos rurais.

A organização da produção das famílias assentadas e do processo de industrialização e comercialização dos produtos vem levando os resultados do trabalho nos assentamentos à mesa dos consumidores. E, com isso, demonstrando que, além de ser uma necessidade, a Reforma Agrária e a organização das famílias, geram resultados econômicos, sociais e ambientais onde estão inseridas (SIEEX, 2016; grifos nossos).

No Espírito Santo, existem 89 assentamentos rurais, sendo que 62 são organizados pelo MST, num total de 2786 famílias assentadas em mais de 31 mil hectares de terras que agora cumprem sua função social (SIEEX, 2016; ANA, 2016). Dessa forma, os assentamentos como importante instrumento para democratização é trajado no resgate de acesso e cuidado com a terra (PIZETTA, 1999; RIN, 199-). Todavia é fundamental serem tomadas medidas que possibilitem a criação de estruturas de geração de trabalho e renda no campo principalmente para habilitar esses cidadãos para lidar e liderar em um novo cenário social (da regularização fundiária).

Para muitos agricultores(as), as Feiras já se constituem como forma de inserção ao mercado, principalmente local, não apenas para melhorar as condições de vida no sentido econômico e da geração de renda, mas como forma de mostrar que os assentamentos estão produzindo alimentos de qualidade e diversificados [...] a Feira e Exposição é um momento formativo, festivo e cultural, onde as famílias assentadas e consumidores, têm acesso a informação, cultura e o lazer, dos quais em muitos momentos estas não tem acesso (SIEEX, 2016).

Por fim, esse estudo engranxa algumas provocações indissociáveis do ensino-pesquisa-extensão fornecendo um sucinto panorama extensionista da Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes). Cabe ainda ressaltar, que a concepção dessa feira é fruto de um projeto abrangente e, tais acontecimentos culminam no “fazer-se feirante” que engloba a condução de múltiplos diálogos com fregueses muito diferentes, estar na rua e fazer dela uma outra atmosfera interacional, expor saberes sobre os alimentos, economia, sociabilidade, jocosidades e interações (VEDANA, 2013).

Grosso modo, grandes são os desafios; e nesse processo os resultados obtidos mostram as lacunas de qualidade na visão dos fregueses. As considerações finais apontam para a resignificância do processo desenvolvimento de serviços voltados para as cinco

dimensões da qualidade do método Servqual. De modo geral, os feirantes anseiam a qualidade, disseminando os benefícios da alimentação saudável no central reduto dialógico-reflexivo no perímetro urbano das terras capixaba.

REVISÃO DA LITERATURA

A gestão da qualidade sempre esteve presente na vida do homem e seu enfoque implica um processo contínuo e recorrente de se organizar para sobreviver, modificando para favorável (onde for negativa) a imagem da instituição junto a seus públicos prioritários (MIGUEL; FREIRE, 2016).

Chiavenato (2003) alega que a “melhoria contínua da qualidade” é uma técnica de mudança organizacional suave e contínua, centrada nos produtos e serviços dentro de programas em longo prazo, e privilegiando um gradual avanço que se perpassa na colaboração e participação efetiva das pessoas. Apesar de todas as transformações ocorridas na última década, torna-se necessário analisar especialmente a gestão do processo de desenvolvimento de serviços, marcado, possivelmente, pelo coevo desdobramento do contingenciamento de despesa que assola o país.

Enquanto serviço é trabalho em processo, produto, por outro lado, é o resultado deste processo, ou seja, é um trabalho acumulado, um trabalho objetivado (...) fundamentalmente diferente de um bem ou de um produto. Serviço é trabalho em processo, e não o resultado da ação do trabalho; por esta razão elementar, não se produz um serviço, e sim se presta um serviço (MEIRELLES, 2006).

Conceitualmente a “qualidade” pode ser definida de distintas formas e, para essa investigação escolheu-se o conceito de Parasuraman, Zeithaml e Berry (1985); que consideram a qualidade como a diferença entre as expectativas dos clientes sobre o serviço a receber e suas percepções sobre os serviços efetivamente realizados. Em conformidade como esses autores surge um modelo conceitual de qualidade em serviços para identificar as lacunas (ou gaps) que causam problemas na prestação de serviços. Os critérios de avaliação aplicados levam em consideração as brechas (os hiatos) que expressão as diferenças entre as expectativas da clientela e o que é realmente oferecido (ZEITHAML; PARASURAMAN; BERRY, 1985).

Embora haja muitas expectativas para interpretar a qualidade de serviço, conceituá-la como qualidade percebida é um enfoque coerente com uma filosofia de orientação ao cliente. A qualidade percebida é um julgamento global do consumidor a respeito da excelência do serviço, baseando-se na experiência de consumo, boca-a-boca, imagem do fornecedor e outras informações (...) A qualidade do serviço pode ser entendida como um tipo de atitude, resultante da comparação entre as expectativas do consumidor e sua percepção do serviço recebido. (GONÇALVES et al., 2002, p. 5-6).

Parasuraman, Zeithaml e Berry (1985) avistaram que os gaps são grandes obstáculos na tentativa de se atingir um nível de excelência, e o que tange a questão da

qualidade propuseram um modelo de avaliação de satisfação como foco no cliente (*gap model*). Este modelo avalia a discrepância entre a expectativa da clientela em relação ao serviço e a percepção do desempenho. Convém lembrar que esse modelo conceitual constatou que os clientes utilizam os mesmos critérios, independentemente do tipo de serviço considerado, para avaliar a qualidade. Nessa via é possível estruturam cinco dimensões avaliativas: tangibilidade (*tangibles*), confiabilidade (*reliability*), sensibilidade/receptividade (*responsiveness*), segurança/garantia (*assurance*) e empatia (*empathy*).

Confiabilidade: A capacidade de prestar o serviço prometido de modo confiável e com precisão. **Tangíveis:** A aparência física de instalações, equipamentos, pessoal e materiais de comunicação. **Sensibilidade:** a disposição para ajudar o cliente e proporcionar com presteza um serviço. **Segurança:** O conhecimento e a cortesia de empregados e sua habilidade em transmitir confiança e confiabilidade. **Empatia:** A atenção e o carinho individualizados proporcionados aos clientes (BERRY; PARASURAMAN, 1992).

O Modelo Conceitual da Qualidade de Serviço de Parasuraman, Zeithaml e Berry (1985) instrumentaliza uma escala de múltiplos itens – composta por 44 sentenças (22 itens para expectativa em relação ao serviço e, os demais, abrangendo a percepção do desempenho). O paradigma proposto envolve a esquematização do construto “qualidade de serviços” apresentado situações em que podem ocorrer uma lacuna entre as expectativas e percepções da clientela.

Para esta análise dos gaps pode-se utilizar duas ferramentas: o benchmarking ou o servqual. A primeira seria mais utilizada para uma comparação entre o desempenho da concorrência e a organização prestadora de serviço, enquanto a segunda seria mais utilizada para uma análise da percepção dos clientes em relação à sua experiência com os serviços prestados pela organização prestadora do serviço e com serviços semelhantes prestados pelos concorrentes (MELLO et al., 2010, p.175).

A escala Servqual constituída de 22 sentenças: 1, 2, 3 e 4 questões refere-se a dimensão tangibilidade; 5, 6, 7, 8 e 9 referem-se à confiabilidade; 10, 11, 12 e 13 à receptividade; 14, 15, 16 e 17 à garantia e por fim, as sentenças 18 a 22 referem-se à empatia conforme Quadro 1. Em suma, os entrevistados respondem a essas sentenças com base em suas expectativas (desejo) e numa segunda etapa, com base no serviço que receberam (desempenho). Las Casas (2012) reporta que a vantagem do Servqual é que cada questão auxilia na identificação de aspectos específicos que carece de atenção.

Quadro 1 - Distribuição das Dimensões Servqual. Fonte: Adaptado de Parasuraman et al. (1985)

Itens	Tangibilidade	Confiabilidade	Receptividade	Garantia	Empatia
Aspectos Tangíveis	Questões 1-2-3-4				
Confiabilidade		Questões 5-6-7-8-9			
Presteza/Sensibilidade			Questões 10-11-12-13		
Competência, Cortesia, Credibilidade e Segurança.				Questões 14-15-16-17	
Acessibilidade, Comunicação, Compreensão e conhecimento do cliente.					Questões 18-19-20-21-22

Em suma, lembramos que adotamos essa abordagem (re)adaptada pois provê um construto teórico com numerosos conceitos, tais como: qualidade, satisfação, percepção, expectativa, serviços, desejos, necessidades, entre outros conceitos e, ao mesmo tempo, apresenta uma metodologia científica capaz de levar à concretização de delineamentos que tenham como objeto de estudo a satisfação dos usuários dos serviços prestados por quaisquer organizações.

Mello e colaboradores (2010) alegam que o Servqual é uma escala concisa de múltiplos itens com boa confiabilidade e validade para compreender melhor as expectativas e percepções da clientela; ainda sugerem que o roteiro do Método Servqual, quando necessário, pode ser adaptado ou completado para se ajustar às características ou necessidades específicas da pesquisa (MELLO et al., 2010).

Em primeiro lugar, temos que lembrar que tal corpus teórico torna viável aferir a qualidade para num cenário em que os serviços prestados podem variar (MIGUEL; FREIRE, 2016). Em segundo lugar, convém alertar que o ranking baseado no Servqual não parece ser adequado para sumarizar todas as informações de um processo de desenvolvimento de serviços de forma eficiente, pois ele serve para captar continuamente efeitos transitórios e não duradouros, ou seja, lacunas pontuais que podem ser retificadas.

Nesse painel, é pertinente apontar que cada indivíduo que constitui uma equipe de trabalho possui jeitos e características de recepcionar e acolher, modos de se colocar à disposição, de compreender, ser e fazer singulares em pró da qualidade no processo de desenvolvimento de serviços (MIGUEL; FREIRE, 2016).

Com esse entendimento fomos a Praça Costa Pereira, no centro da capital, realizar um diagnóstico sobre os serviços ofertados e conhecer as expectativas e percepções dos fregueses da I Feira e Exposição de Produtos da Reforma Agrária no Estado do Espírito Santo. Nessa via, a “natureza” sui generis da abordagem teórico-metodológica Servqual reporta que para avaliar em que haver primeiramente uma previa experiência como o serviço em questão; então, para identificar os pontos que podem ser melhorados na feira e angariar conclusões para gerir o processo desenvolvimento do serviço feirante.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

AMBIÊNCIA DA PESQUISA

Mostrar “os frutos da terra²” é o tema dessa feira que se originou de um projeto extensionista, de Desenvolvimento Rural e Questões Agrárias, iniciando-se nos primeiros três dias de setembro de 2016, na Praça Costa Pereira, no centro de Vitória. Foram três dias de eventos três dias apresentando a produção agrícola dos assentamentos, e também plantas ornamentais, medicinais, frutíferas, ervas aromática e outros produtos como: comidas, doces, bebidas, artesanatos, adornos e adereços (ANA; 2016).

A iniciativa e realização do evento ocorreram por meio da Extensão Universitária do Centro Universitário do Norte do Espírito Santo (CEUNES *campus* da Ufes) em conjunto com o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra no Espírito Santo (MST-ES) e com o apoio das seguintes entidades: Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária (Incra), Secretaria do Estado de Agricultura (SEAG-ES), Instituto Federal do Espírito Santo (Ifes), programa Educação do Campo³ e Campanha Permanente Contra o Uso de Agrotóxicos e pela Vida (SIEEX, 2016).

A infraestrutura física foi organizada pelo Instituto nacional de colonização e reforma agrária (INCRA) e pela Secretaria do estado de agricultura (SEAG-ES) que se encarregou da montagem da tenda, dos stands, da ornamentação e do preparo do espaço, a fim de receber os expositores.



O local teve tenda e palco para atrações culturais (teatro samba, pagode, forró, capoeira e hip-hop) e a presença de representantes de diversas organizações, movimentos populares, sindicatos e autoridades parceiras do MST. Além da comercialização de produtos, a feira ofertou em sua programação dois seminários - um abordando a “Campanha contra os agrotóxicos” e outro sobre a “Agroecologia e soberania alimentar” (UNB, 2016). Grosso modo, a feira mobilizou famílias de 20 assentamentos capixabas, inserindo 15 toneladas de produtos no mercado local (INCRA, 2016; UNB, 2016).

²O evento oportunizou mostrar os “frutos da terra” - produtos orgânicos que podem influenciar na reelaboração de uma melhor nutrição. Barbosa (2007; 2008) lembra a importância do conteúdo das refeições; e nesse painel resalta que a população brasileira urbana infelizmente apresenta um cardápio com reduzidíssima quantidade de itens considerados “regionais”.

Figura 1. Mix de fotos da I Feira da Reforma Agrária, 2016. Fonte: Marcelo Miguel, 2016.

³ Esse evento serviu para fortalecer a formação política, social, ambiental e organizativa, trouxe a tona o Curso Educação do Campo e suas interfaces com o cotidiano e com a problemática camponesa - que poderá no vindouro oportunizar a criação de novos cursos de formação para a população dos assentados nas Instituições de Ensino Superior.

TIPO DE PESQUISA E TÉCNICA EMPREGADA

Com base na abordagem a metodologia deste estudo possui caráter descritivo de natureza quantitativa. Seu delineamento é do tipo levantamento (*survey*) com a utilização de questionário semiestruturado disponibilizado entre os dias 1 e 3 de setembro das 13h às 19h, na Praça Costa Pereira, com a técnica do incidente crítico, sendo o instrumento de coleta de dados aplicado após o/a cliente ser atendido pelos feirantes.

Para a coleta de dados utilizou-se a abordagem teórico-metodológica Servqual, como as dimensões ou determinantes da qualidade adaptadas à realidade em estudo. O roteiro de perguntas possuía quatro perguntas fechadas (faixa etária, gênero, etnia, município), um espaço aberto (retângulo) para captar sugestões e, quarenta e quatro sentenças de opinião, elaboradas e distribuídas entre as cinco dimensões da qualidade para avaliar o grau de “expectativas” e da “percepção” perante a escala psicométrica de Likert.

Os visitantes e fregueses da Feira e Exposição de Produtos da Reforma Agrária deveriam assinalar uma opção entre 1 e 5 da na ordem escalar de Likert para o item “importância” (sendo que na escala 1=menos importante e 5=muito importante) e também para o item “satisfação” (sendo que na escala 1=insatisfeito e 5=muito satisfeito). Ao final, foi incluída um espaço aberto, estimulando os transeunte a registrarem seus comentários, sugestões ou reclamações.

Em convergência com (CROSSNO et al, 2001), elegemos o termo “importância” ao invés de expectativas, proposto pelo método Servqual, porque essa abordagem permite ajustes e, tal entendimento simplifica a compreensão dos termos pelos visitantes: é mais fácil entender: “o quanto atendimento da I Feira e Exposição de Produtos da Reforma Agrária é importante para você” do que “qual a sua expectativa em relação ao atendimento ofertado”. Pela mesma razão, percepção foi trocada por “satisfação” na esquematização das questões.

Para interpretação dos resultados da pesquisa quantitativa foram utilizadas técnicas estatísticas (análise descritiva) como auxílio do software Excel da Microsoft; o qual disponibiliza fórmulas estatísticas para calcular as médias, proporções, desvios, frequência, tabelas e gráficos visando facilitar a descrição dos dados angariados.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Um total de trezentos e quarenta e um questionários foram aplicados a população estabelecida em estudo. Foram considerados apenas os questionários que tinham a resposta “Sim” à questão: “Você já conheceu visitou os espaços da Feira Capixaba de Produtos da Reforma Agrária, tal como: palestras, oficinas, espaço gourmet, palco de arte e música, stand literatura” Convém lembrar que aplicação da abordagem teórico-metodológica Servqual requer uma prévia experiência como serviço ofertado.

MESORREGIÕES ESPÍRITO-SANTENSES N=341				
	Sul	Litoral Norte	Central	Noroeste
Perfil Social	N=58	N=44	N=199	N=40
Faixa etária				
< 20	8	5	39	7
21 - 50	25	17	84	11
> 50	25	22	76	22
Cor da pele (etnia)				
Amarela	3	2	9	2
Branca	31	22	98	21
Preta (negro)	13	9	43	10
Parda	11	11	49	7
Gênero (orientação sexual)				
Masculino	30	17	84	12
Feminino	26	25	98	22
Outro (a)	2	2	17	6

Tabela 1. Perfil social dos participantes.
Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Conforme apresenta a Tabela 1, averiguamos que 59 (17,30%) entrevistados tem menos de 20 anos; na faixa de 20 a 50 comporta 137 (40,18%) dos participantes e a como mais de 50 anos recebemos 145 (42,52%) contribuições. No que tange a etnia 16 (4,69%) declaram amarelo; 172 (50,44%) brancos; 75 (21,99%) negros e 49 (22,87%) pardos. Quanto ao gênero 143 (41,94) declaram masculino, 171 (50,15%) assinalaram a opção feminino e o restante 27 (7,92%) sugeriram outro/outra. No que tange a residência dos entrevistados agrupamos as respostas em quatro mesorregiões, declarada o município fizemos essa classificação: 58 (17,01%) dos fregueses eram da mesorregião Sul Espírito-Santense, 44 (12,90%) dos consumidores veio da região Litoral Norte, 199 (58,36%) dos respondentes eram da mesorregião Central e, o restante 40 (11,73%) dos abordados indicou o Noroeste Espírito-Santense.

IMPORTÂNCIA E SATISFAÇÃO

Uma análise dos resultados permite identificar os itens mais importantes (expectativa) para a maioria dos usuários: “Feirante gentil e acessível” obteve 88% das respostas e “Feirante sempre disposto para ajudar nas dúvidas e demandas” obteve 85%. Ainda em relação à importância, os itens da pesquisa receberam dos participantes uma pontuação que variava entre 4,15 e 4,80 de uma escala de cinco pontos. Isso sugere que os fatores selecionados no diagnóstico são de fato proeminentes para a clientela da bial.

Entre os itens apontados como de “maior satisfação”, o primeiro deles, com 84% das respostas foi “Atendente tem conhecimento suficientes para responder minhas questões relativas ao evento”, e o segundo, com 82%, “Feirante inspiram confiança e segurança”. Ainda em relação à satisfação (percepção), os participantes atribuíram às questões, uma pontuação que variava entre 3,95 e 4,70 de uma escala de cinco pontos, assinalando uma pequena diferença entre a importância e a satisfação dos serviços. Entretanto, os itens que alcançaram uma pontuação menor podem representar aspectos a serem melhorados nos serviços ofertados na I Feira Capixaba de Produtos da Reforma Agrária. Entre eles estão a “Instalações físicas adaptadas às necessidades dos visitantes” e “Instalações físicas e barracas visualmente agradáveis e arrumadas”, ambos apresentando respectivamente 13% das respostas marcadas entre “insatisfeito” e “pouco satisfeito”.

A tabela 2 apresenta a média da pontuação (em uma escala de 1 a 5) recebida pe-

los indicadores da qualidade de serviço a respeito da importância e satisfação, agrupados por dimensão:

Dimensão	Importância (E)	Satisfação (P)
Confiabilidade	4,70	4,35
Empatia	4,80	4,70
Garantia	4,65	3,95
Receptividade	4,50	4,40
Tangibilidade	4,15	4,00

Tabela 2.
Importância e satisfação por dimensão.
Fonte: Dados da pesquisa (2016).

A determinante da qualidade do serviço assinalada nesse trabalho distingue a dimensão empatia como sendo a preferida pela clientela da I Feira Capixaba de Produtos da Reforma Agrária. Em foco, essa dimensão designa a atenção e o carinho individualizados proporcionados à clientela, expressa o jogo social com fregueses e mesmo outros feirantes, simboliza a maestria em instaurar as jocosidades.

ANÁLISES DE QUADRANTES E DE GAPS

Nitecki e Hernon (2000) sugerem a Matriz Importância e Desempenho (Análise de Quadrante), que versa sobre um encadeamento gráfico que facilita a dinamiza o conhecimento das informações, abrangendo, uma ferramenta de Desempenho Organizacional repesando quatro condições estratégicas: manter, aperfeiçoar, realocar recursos, rever esforços.

A análise se ergue uma matriz bidimensional, no qual a importância é mostrada pelo eixo X e, se atribui ao eixo Y a satisfação. Um atributo que se situar no Quadrante I terá alta importância com alto desempenho, concebendo uma possível vantagem competitiva da organização. Um atributo que tiver alta importância, mas baixo desempenho deverá auferir atenção imediata, assinalada pelo Quadrante II. O Quadrante III reúne os atributos com alto desempenho, porém com baixa importância. O Quadrante IV contém os atributos com baixa importância e baixo desempenho, não sendo imprescindível concentrar esforços adicionais.

Nessa Feira e Exposição de Produtos da Reforma Agrária ocorreu um agrupamento no quadrante I (manter) de todos os vinte e dois atributos da qualidade e, isso sugere que a clientela do evento vêem todos esses atributos como sendo altamente importantes e bem desempenhados pelos feirantes, como pode ser vislumbrado na Figura 2.

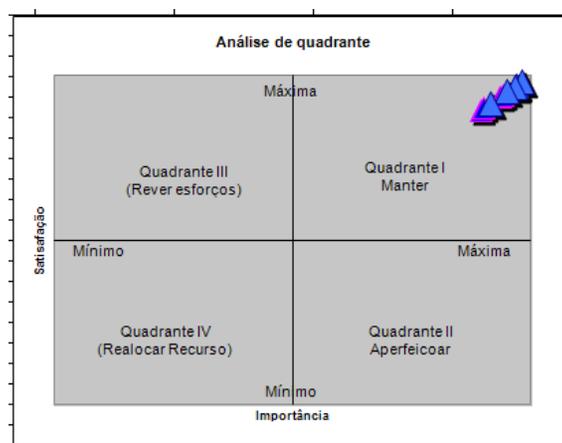


Figura 2. Análise de Quadrantes.
Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Brito e Vergueiro (2011) citam que a “Análise de Gaps” é uma excelente maneira para expor os resultados da pesquisa e, para o cálculo dos gaps utiliza-se a seguinte fórmula: $\text{Gap} = \text{Satisfação} - \text{Importância}$.

Para calcular as médias, as pontuações (de 1 a 5) de cada itens são somados e depois divididas pelo número total de entrevistados (341) tanto para a satisfação quanto para a importância. O modelo Servqual avalia a qualidade como sendo a diferença entre percepção do desempenho e da expectativa (MIGUEL; SALOMI, 2004) e assim, calcula-se a seguir a diferença entre ambas, obtendo-se o Gap por questão.

Nitecki e Hernon (2000) apontam em suas pesquisas que as pontuações de Gaps entre 0 e -1 não superam as expectativas (excelência), contudo podem atender ao que a clientela espera de um serviço padrão e, significando uma qualidade positiva ao serviço prestado.

Para o cálculo dos gaps por dimensão, as médias das questões de cada dimensão são somadas e depois divididas pelo total de itens contido nessa dimensão. Por exemplo, para o cálculo dos gaps da dimensão Receptividade, foram somadas as médias das pontuações das questões relativas a esta dimensão e depois divididas por quatro, que era o número de itens relacionados a esta dimensão. A figura 3 apresenta as lacunas da qualidade por dimensão:

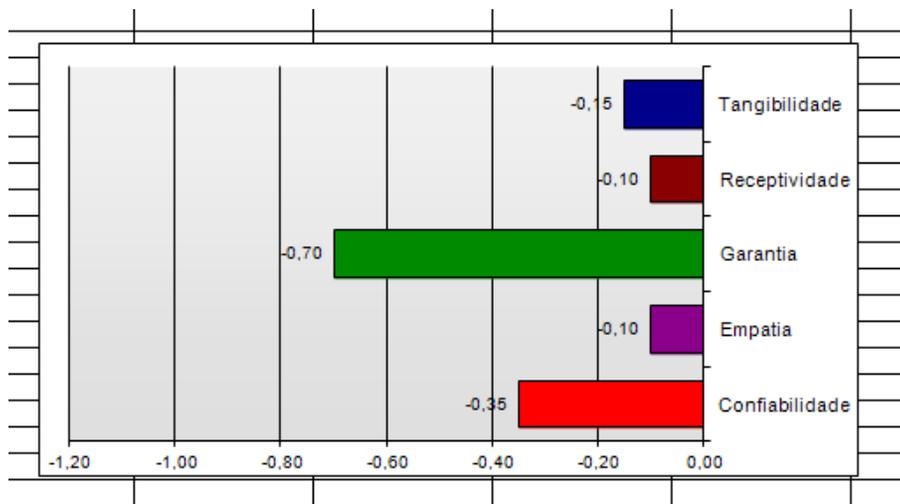


Figura 3. Gráfico dos Gaps por dimensões
Fonte: Dados da pesquisa (2016)

A partir da figura 2 pode-se averiguar que existe uma lacuna entre o serviço desejado e o que de fato foi encontrado. Nesse cenário a dimensão Garantia apresenta maior divergência, isso indica que o quesito segurança apresenta a mais baixa média (3,95) no desempenho. E na figura 2, acima, observa-se que segurança é o terceiro critério da Servqual com maior expectativa (4,65). Levando essa informação em consideração, destaca-se que Garantia envolve outras facetas de competência, cortesia, credibilidade e segurança. Expressa os conhecimento e cortesia dos feirantes e suas habilidade para transmitir confiança e segurança sobre a qualidade e a procedência dos produtos já que havia uma vasta gama de produtos agrícolas in natura e processados.

CONSIDERAÇÕES E RECOMENDAÇÕES

Este estudo foi realizado tendo-se como objetivo principal avaliar a qualidade dos serviços prestados pela Feira e Exposição de Produtos da Reforma Agrária no Estado do Espírito Santo no que tange a expectativa e a percepção da clientela em relação aos serviços ofertados.

Por meio dessa pesquisa foi possível constatar que os visitantes da I feira capixaba de produtos da reforma agrária percebem positivamente a qualidade, mas apontam que a parte tangível dos serviços pode ser melhorada, evitando tumulto desnecessários e organizando melhor o ambiente da exposição. Observa-se que o cálculo do *Gaps* por dimensões aponta leves discrepâncias entre importância e satisfação, indicando que existe uma lacuna para esse evento e atingir a qualidade.

Um dos pontos fracos refere-se aos *Gap* na dimensão garantia, reportando certa insegurança do consumidor teve dúvidas se de fato todos os produtos eram *fruto* da Reforma Agrária, da produção camponesa. Já as jocosidades dos feirantes influem na Empatia e Receptividade revelando-se uma assertiva legal a prática negocial.

A I feira capixaba de produtos da reforma agrária deixa um saldo positivo para os organizadores e para um público participante. Ao longo dos três dias de evento, valorizou-se o papel do campo para a segurança alimentar das cidades, e ainda remonta planos mais altos ao reforçar (*empowerment*) do grupo social camponês. Entre tantos desafios, o diagnóstico da qualidade dos serviços galgou um resultado mais satisfatório, mostrando houve *feedback* do público – o qual indagava novo evento; abraçando a feira.

Não só o entretenimento e a proximidade dos agricultores familiares atraíram os visitantes mas, a organização, o cuidado (arranjo e decoração das bancas) e a formação educativa. Em suma, um rol primoroso de ações cativou o público e gerou um clima de bem estar. Reiteramos que os visitantes atendidos na Feira e Exposição de Produtos da Reforma Agrária estão satisfeitos com o atendimento ofertado no evento, citando a “Empatia” como grandeza mais importante no processo de desenvolvimento de serviços. É pertinente ponderar que esta pesquisa comprovou que o método Servqual (re)adaptado é apropriado para medir a qualidade a partir das percepções e expectativas dos fregueses e frequentadores de forma indulgente a questão da qualidade.

Além disso, essa abordagem teórico-metodológica visa o refinamento do evento e não um mero *rankeamento*, versando torna-se tal experiência em um evento exitoso, primando a autônoma dos camponeses nos mercados locais e regionais, a melhoria do cardápio da população urbana, o fortalecimento da identidade político-cultural dos empreendedores sustentáveis, o empoderamento e visibilidade dos assentados.

Uma desvantagem do método em questão é o fato do questionário padrão do Servqual ser composto apenas por questões fechadas o que o caracteriza como um método quantitativo. Todavia, nessa pesquisa, primamos preencher essa lacuna inserindo espaço para sugestões e, ajustando a abordagem ao meio social. Portanto, não basta fornecer serviços com excelente qualidade, é imprescindível o cliente está no “centro do processo” de desenvolvimento de serviços.

Certamente este tema não se esgota nesse estudo, mas reafirma a necessidade de compreendermos as vicissitudes de um processo de desenvolvimento de serviços e os inúmeros desafios para se construir um evento. Sugerimos explorar mais a parte qualitativa e (re)adaptar a abordagem Servqual, angariando um diagnóstico qualitativos pela falas dos entrevistados. Aliando a escala Servqual e os possíveis desdobramentos fortalecem a abordagem e gera informa mais precisas para o processo de tomada de decisão.

Finalmente, no elenco de preocupações como a qualidade deve se considerar que uma avaliação não é fim em si, mas deve ser realizada como objetivo de exprimir em oportunidades de aplicabilidade de Boas Práticas (best practices), melhoria e inovação do evento presente e dos vindouros. Cabe salientar que aplicação da abordagem hoje encontra facilidades diante a praticidade das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC), que como apoio suíte *Google Docs* e de tantos outros recursos (apps) retificam pontualmente as irregularidades. Agora, focando nos pontos chaves, podemos esperar uma 2ª edição ainda melhor e, fechando um otimista painel – perante *hashtags*: #aquitemfrutosdaterra.

REFERÊNCIAS

ANA [Articulação Nacional de Agroecologia]. **Espírito Santo recebe a I Feira Capixaba de Produtos da Reforma Agrária**. Ago. 2016. Disponível em: <www.agroecologia.org.br/2016/08/31/espírito-santo-recebe-a-i-feira-capixaba-de-produtos-da-reforma-agraria> Acesso em: 17 set. de 2016.

BARBOSA, Livia. **Sociedade de consumo**. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2004. 68 p. (Ciências sociais. Passo-a-passo ;49)

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

BRITO, G. F. de; VERGUEIRO, W. C. S. Avaliação da qualidade orientada ao usuário: estudo de caso em biblioteca acadêmica utilizando o método servqual. In: **Congresso Brasileiro de Biblioteconomia e Documentação**, 2011, Maceió. Disponível em: <<http://eprints.rclis.org/16033/1/329-2573-1-PB.pdf>>. Acesso em: 18 mar. 2015.

CHIAVENATO, I. **Teoria Geral da Administração**. 7ª Ed. São Paulo: Editora Campus, 2003.

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: 15 mar. 2015.

GONÇALVES, C. A.; FILHO, C. G.; VEIGA, R. T.; OLIVEIRA, D. F. Avaliação de um modelo de mensuração de desempenho de serviços oferecidos por empresas públicas. **Anais do VII Congresso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado y de la Administración Pública**. Lisboa, Portugal, Out. 2002. Disponível em: <<http://www.clad.org.ve/fulltext/0043317.pdf>>. Acesso em: 14 ago. 2016.

INCRA [Instituto nacional de colonização e reforma agrária]. **Feira da reforma agrária integra o campo e a cidade em Vitória (ES)**. Set. 2016. Disponível em: <www.incra.gov.br/noticias/feira-da-reforma-agraria-integra-o-campo-e-cidade-em-vitoria-es> Acesso em: 22 set. de 2016.

MEIRELLES, Dimária Silva e. O conceito de serviço. *Rev. Econ. Polit.*, São Paulo, v. 26, mar. 2006. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/S0101-31572006000100007>>. Acesso em: 26 set. 2015

MELLO, Carlos Henrique Pereira et al. **Gestão do processo de desenvolvimento de serviços**. São Paulo: Atlas, 2010. VIII, 194 p.

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, 2015. Disponível em: <<http://periodicos.ufes.br/guara/article/view/14350/10092>>. Acesso em: 19 jul. 2016.

MIGUEL, Paulo Augusto Cauchick; SALOMI, Gilberto Eid. 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. 2016.

MST [Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra]. **1ª Feira de Produtos da Reforma Agrária é realizada no Espírito Santo**. Set. 2016. Disponível em: <www.mst.org.br/2016/09/02/1a-feira-de-produtos-da-reforma-agraria-e-realizada-no-espírito-santo.html> Acesso em: 19 set. de 2016.

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.

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, Fall 1985.

PIRENNE, H. **Economic and Social History of Medieval Europe**. New York: A Harvest Book, 1936.

SATO, Leny. Processos cotidianos de organização do trabalho na feira livre. *Psicol. Soc.*, Porto Alegre, v. 19, n. spe, p. 95-102, 2007. Disponível em <www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-71822007000400013&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em: 16 ago. 2016.

SATO, Leny; HESPANHOL BERNARDO, Marcia; OLIVEIRA, Fábio de. Psicologia social do trabalho e cotidiano: a vivência de trabalhadores em diferentes contextos micropolíticos. *Psicol. Am. Lat.*, México, n. 15, dez. 2008. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-350X2008000400010>. Acesso em: 16 dez. 2016.

SIEX [Sistema de Informações de Extensão da Ufes]. **Construção das feiras da reforma agrária: em busca do diálogo com a sociedade**. Nov. 2016. Disponível em: <<http://siex1.ufes.br/siex/PrepararHistorico.do?id=8156&mode=auditar#>> Acesso em: 18 out. de 2016.

UFES [Universidade Federal do Espírito Santo]. **Feira Capixaba de Produtos da Reforma Agrária começa nesta quinta, 1º**. Matheus Andreatta (bolsista de projeto de Comunicação), ago. 2016. Disponível em: <<http://www.ufes.br/conteudo/feira-capixaba-de-produtos-da-reforma-agr%C3%A1ria-come%C3%A7a-nesta-quinta-1%C2%BA>> Acesso em: 17 set. de 2016.

UNB [Rede virtual de experiência em Educação Alimentar e Nutricional da Universidade de Brasília]. **Ideias na mesa: mais de 15 toneladas de alimentos são vendidos na 1ª Feira Capixaba de Produtos da Reforma Agrária**. 2016. Disponível em: <www.ideiasna-mesa.unb.br/index.php?r=noticia/view&id=204> Acesso em: 17 set. de 2016.

VEDANA, Viviane. Fazer a feira e ser feirante: a construção cotidiana do trabalho em mercados de rua no contexto urbano. **Horiz. antropol.**, Porto Alegre, v. 19, n. 39, p. 41-68, Jun. 2013. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/S0104-71832013000100003>>. Acesso em: 19 out. 2016.

COMO CITAR ESTE ARTIGO:

MIGUEL, Marcelo Calderari. A extensão das dimensões da qualidade na argúcia dos consumidores da I Feira Capixaba de Produtos da Reforma Agrária. **Extramuros**, Petrolina-PE, v. 5, n. 1, p. 65-79, 2017. Disponível em: <informar endereço da página eletrônica consultada>. Acesso em: informar a data do acesso.

Recebido em: 30 mar. 2017

Aceito em: 27 nov. 2017