



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS  
CENTRO DE CIÊNCIAS AGRÁRIAS  
CURSO DE AGRONOMIA**



**PERFIL DOS FREQUENTADORES DA EXPOSIÇÃO  
AGROPECUÁRIA E PRODUTOS DERIVADOS DE ALAGOAS  
(EXPOAGRO/AL), EM 2008.**

**DEISEANNE LUZ DOS SANTOS**

**Trabalho de conclusão de curso  
apresentado ao Centro de Ciências  
Agrárias, como parte dos requisitos para  
obtenção do título de Engenheiro  
Agrônomo.**

**Rio Largo  
Estado de Alagoas  
2010**

**DEISEANNE LUZ DOS SANTOS**

**PERFIL DOS FREQUENTADORES DA EXPOSIÇÃO  
AGROPECUÁRIA E PRODUTOS DERIVADOS DE ALAGOAS  
(EXPOAGRO/AL), EM 2008.**

**Orientador: Prof. JAKES HALAN QUEIROZ COSTA. M. Sc.**

**Trabalho de conclusão de curso  
apresentado ao Centro de Ciências  
Agrárias, como parte dos requisitos para  
obtenção do título de Engenheiro  
Agrônomo.**

**Rio Largo  
Estado de Alagoas  
2010**

**DEISEANNE LUZ DOS SANTOS**

**PERFIL DOS FREQUENTADORES DA EXPOSIÇÃO  
AGROPECUÁRIA E PRODUTOS DERIVADOS DE ALAGOAS  
(EXPOAGRO/AL), EM 2008.**

**DATA DA DEFESA: 26 de julho de 2010**

Profa. Tânia Marta Carvalho dos Santos, Dra.

Eng. Agr. Ludmilla Santos de Albuquerque

Prof. Jakes Halan Queiroz Costa, MSc.  
(Orientador)

*Aos meus pais Dorgival e Maria Célia,  
que me instruíram em todo meu caminho,  
Ao meu esposo Perteson Angelo -  
que tem sido uma constante bênção em minha vida.  
Aos meus Irmãos – Dayse, Júnior e Jadson.*

**DEDICO**

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço em primeiro lugar a Deus que iluminou o meu caminho durante esta caminhada.

Agradeço também ao meu esposo, Perteson Angelo, que de forma especial e carinhosa me deu força e coragem, me apoiando nos momentos de dificuldades, que embora não tivesse conhecimento disto, mas iluminaram de maneira especial os meus pensamentos me levando a buscar mais conhecimentos.

E não deixando de agradecer de forma grata e grandiosa meus pais, Dorgival Firmino e Maria Célia, a quem eu rogo todas as noites a minha existência.

E ao meu professor Jakes Halan de Queiroz Costa, que presenciou minhas dificuldades e sempre me apoiou para que eu concluísse mais uma etapa em meu desenvolvimento pessoal e profissional.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 01-	Distribuição dos participantes da 58 <sup>a</sup> EXPOAGRO entrevistados, conforme local de residência, em 2008.....	18
Figura 02-	Tempo de permanência, em Maceió, dos participantes da 58 <sup>a</sup> EXPOAGRO entrevistados, oriundos de outras cidades, em 2008.	18
Figura 03-	Estado de procedência dos entrevistados, na 58 <sup>a</sup> EXPOAGRO, não residente em Maceió, em 2008.....	19
Figura 04-	Local de hospedagem dos entrevistados da 58 <sup>a</sup> EXPOAGRO, em 2008.....	19
Figura 05-	Interesse dos entrevistados da 58 <sup>a</sup> EXPOAGRO em conhecer a cidade de Maceió, em 2008.....	20
Figura 06-	Distribuição dos entrevistados da 58 <sup>a</sup> EXPOAGRO, segundo o gênero, em 2008.....	20
Figura 07-	Distribuição dos entrevistados da 58 <sup>a</sup> EXPOAGRO, de acordo com estado civil, em 2008.....	21
Figura 08-	Entrevistados da 58 <sup>a</sup> EXPOAGRO, segundo grau de escolaridade, em 2008.....	21
Figura 09-	Distribuição dos entrevistados da 58 EXPOAGRO, conforme a renda familiar mensal, em 2008.....	22
Figura 10-	Meio de transporte utilizado pelos entrevistados da 58 <sup>a</sup> EXPOAGRO para deslocamento à feira, em 2008.....	22
Figura 11-	Com quem os entrevistados da 58 <sup>a</sup> EXPOAGRO foram a feira, em 2008.....	23
Figura 12-	Distribuição dos entrevistado da 58 <sup>a</sup> EXPOAGRO, de acordo com a principal ocupação, em 2008.....	23
Figura 13-	Distribuição dos entrevistados da 58 <sup>a</sup> Expoagro, conforme o motivo para ir à feira, em 2008.....	24
Figura 14-	Frequência de participação dos entrevistados da 58 <sup>a</sup> EXPOAGRO, na feira, em 2008.....	24

Figura 15-	Pretensão dos entrevistados da 58ª EXPOAGRO de voltarem na próxima edição da feira, em 2008.....	25
Figura 16-	Como os entrevistados tomaram conhecimento da realização da 58ª EXPOAGRO, em 2008.....	25
Figura 17-	Opinião dos entrevistados da 58ª EXPOAGRO, sobre os sanitários disponibilizados, em 2008.....	26
Figura 18-	Opinião dos entrevistados da 58ª EXPOAGRO, sobre os serviços oferecidos pelos restaurantes, em 2008.....	26
Figura 19-	Opinião dos entrevistados da 58ª EXPOAGRO, sobre a iluminação da área da feira, em 2008.....	27
Figura 20-	Opinião dos entrevistados da 58ª EXPOAGRO, sobre o serviço de segurança na feira, em 2008.....	27
Figura 21-	Opinião dos entrevistados da 58ª EXPOAGRO, sobre os estandes, em 2008.....	28
Figura 22-	Opinião dos entrevistados da 58ª EXPOAGRO, sobre as facilidades de acesso a feira, em 2008.....	28
Figura 23-	Opinião dos entrevistados da 58ª EXPOAGRO, sobre os shows realizados na feira, em 2008.....	29
Figura 24-	Quanto os entrevistados da 58ª EXPOAGRO pretendiam gastar em cada visita à feira, em 2008.....	29
Figura 25-	Realização de algum tipo de negócio pelos entrevistados da 58ª EXPOAGRO, em 2008.....	30
Figura 26-	Opinião dos entrevistados as 58ª EXPOAGRO, sobre a organização geral do evento, em 2008.....	30

SANTOS, Deiseanne Luz dos. **Perfil dos freqüentadores da Exposição Agropecuária e Produtos Derivados de Alagoas (EXPOAGRO/AL), em 2008**. Rio Largo: CECA/UFAL, 2009. 33p. (Trabalho de Conclusão de Curso).

## RESUMO

Considerando a vocação agrícola e pecuária do Estado de Alagoas, evento como a Exposição Agropecuária e Produtos Derivados de Alagoas, mais conhecida como EXPOAGRO/AL, tem uma grande importância no cenário estadual bem como em nível nacional. Ela tem contribuído, ao longo de seus 58 anos de trajetória, para o desenvolvimento agrícola, pecuário e turístico do Estado, uma vez, que atrai um novo fluxo de turistas, interessado na realização de negócios, troca de informações, divulgação de avanços tecnológicos, entre outros. O objetivo deste trabalho foi identificar o perfil dos freqüentadores da feira, bem como a satisfação dos mesmos com os serviços oferecidos. Para a realização da pesquisa de campo foram aplicados questionários junto aos freqüentadores que adentraram no estande do CECA/UFAL, durante o período de 25 de outubro e 2 de novembro de 2008. Foi constatado que cerca de 90% da população estudada era oriunda de outros municípios; 52% do sexo feminino; 41% casados e 50% solteiros; 34% com curso superior incompleto e 28% com superior completo; 43% com renda familiar entre 2 e 5 salários mínimos mensais e 27% entre 5 e 7 salários mínimos; Dos inquiridos 61% foram a feira interessados em entretenimento e lazer, 42% para verem os animais, 40% pelo trabalho, 15% oportunidade de efetuar negócios. 51% disseram que os serviços oferecidos nos restaurantes eram bons; A iluminação foi avaliada como boa para 59%; os estandes foram considerados “bons” por 55%; facilidades de acesso, 59% avaliaram como “boas”; organização do evento foi avaliada como “boa” para 55%. A avaliação foi positiva, para a maioria dos entrevistados.

Palavras Chave: Exposição. Satisfação. Perfil.

**SUMÁRIO**

1. INTRODUÇÃO .....	09
2. REVISÃO DE LITERATURA .....	10
3. MATERIAL E MÉTODOS .....	17
4. RESULTADOS E DISCUSSÃO .....	18
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	31
6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	32

## 1.INTRODUÇÃO

As feiras ou exposições agropecuárias são, tradicionalmente, uma ferramenta bastante útil nos programas de extensão rural levadas a cabo pelo Estado, de acordo com programas governamentais postos em prática. Sem dúvida elas proporcionam uma oportunidade para que os agropecuaristas apresentem resultados dos seus trabalhos, divulguem seus produtos, se façam conhecer, realizem marketing, promovam negócios, permutem informações, conheçam inovações do mercado, adquiram novas tecnologias para suas unidades produtivas.

As exposições são consideradas um dos meios mais eficientes de extensão rural. Evidentemente, que o seu sucesso depende da eficiência no seu planejamento e realização, e para tal, é necessário ter em mãos uma série de dados e informações básicas inerentes à atividade proposta. O resultado de pesquisas de satisfação de visitantes das exposições é algo fundamental no processo de tomada de decisão para o futuro.

Em Alagoas, há 57 anos é realizada a Exposição Agropecuária do Estado de Alagoas (Expoagro), evento esse que objetiva mostrar a importância socioeconômica da atividade agropecuária alagoana para a população. Apesar da maioria dos visitantes residirem em Maceió, pessoas de quase todos os municípios prestigiam o evento, a maioria em busca de lazer, mas o comércio agropecuário também tem seus lucros. Esses eventos são importantes, pois ajudam na aproximação dos produtores e consumidores, gerando empregos e renda.

O objetivo deste trabalho foi identificar o perfil dos freqüentadores da feira, bem como a satisfação dos mesmos com os serviços oferecidos, considerando aspectos importantes da própria exposição, desde os animais até mesmo a localização da feira.

## 2. REVISÃO DE LITERATURA

De acordo com Rossi e Slongo (1998) a pesquisa de satisfação de clientes é um sistema de administração de informações que continuamente capta a voz do cliente, através da avaliação da performance da empresa a partir do ponto de vista do cliente. Esta pesquisa, assim, mede a qualidade externa ou performance da empresa em seus negócios, indicando caminhos para as decisões futuras de comercialização e marketing.

As informações sobre os níveis de satisfação dos clientes constituem uma das maiores prioridades de gestão nas empresas comprometidas com qualidade de seus produtos e serviços e, por conseguinte, com os resultados alcançados junto a seus clientes (ROSSI; SLONG, 1998).

A satisfação do cliente possui dois conceitos essenciais: satisfação específica em uma transação e satisfação acumulada (BOULDING et al., 1993). Os pesquisadores de marketing e do consumidor concordam no que tange à satisfação como medida individual, transação-específica ou como avaliação de uma experiência particular com certo produto ou serviço. Nesse caso, a visão de satisfação como algo transação-específica é útil para os encontros particulares e de curto prazo com um produto ou serviço (ROSSI; SLONG, 1998).

Para Marchetti e Prado (2001) algumas definições conceituam a satisfação do consumidor como o resultado de uma experiência de consumo. Outra abordagem, centrada na orientação para o processo, traz uma visão ampliada da satisfação do consumidor, na medida em que a concebe na perspectiva da experiência de consumo em sua totalidade.

Conforme Johnson, Anderson e Fornell (1995), citados por Rossi e Slong (1998), a satisfação cumulativa é constructo abstrato que descreve a experiência total de consumo com um produto ou serviço. De acordo com os dois últimos, sob um ponto-de-vista mais aplicado ou gerencial, a satisfação acumulada é mais atraente, porque fornece uma indicação clara (e fundamental) da performance atual e de longo prazo de uma empresa ou mercado.

Em uma pesquisa de satisfação de clientes a geração dos indicadores de satisfação reveste-se de extrema importância, uma vez que é deles que resulta a validade deste tipo de pesquisa. Na prática isso significa dizer que o cliente precisará expressar estados de satisfação (e/ou insatisfação) em relação a elementos por ele valorizados nas suas relações com a empresa ofertante: de nada adiantará medir estados de satisfação e/ou insatisfação em relação a elementos para os quais os clientes se mostram indiferentes (ROSSI; SLONG, 1998).

Esse tipo de pesquisa apresenta duas fases distintas e bem demarcadas em termos de tempo e de método: a primeira, de natureza exploratória e qualitativa, conduzida com o propósito de gerar os indicadores de satisfação, que fornecerão a base para a elaboração do instrumento de coleta de dados da segunda fase; que corresponde à natureza descritiva e quantitativa, destinada a medir o grau de satisfação dos clientes (ROSSI; SLONG, 1998).

Para Rossi e Slong (1998) a pesquisa de satisfação de clientes é um imperativo para o estudo e a prática de marketing e de comportamento do consumidor e, portanto, a resposta da empresa aos movimentos do mercado passa pela pesquisa de satisfação de clientes.

O objetivo comum a todas as empresas é de fornecer soluções para as necessidades de seus clientes, e seu sucesso resultará de fazê-lo de modo que satisfaça o cliente (JOOS, 2002).

Para Joos (2002) a satisfação dos clientes não é uma opção: é uma questão de sobrevivência para qualquer organização. A alta administração necessita liderar o processo para a busca contínua da satisfação do cliente. É aqui que se encontra o primeiro desafio, porque as expectativas e as percepções são dinâmicas por serem essencialmente subjetivas e mutantes e, portanto, difíceis de validar.

Beber (1999) assevera que os avanços do capitalismo mundial na última década lançaram as empresas em uma disputa por qualidade em âmbito mundial, criando um contexto onde a satisfação do consumidor tornou-se de suma importância. A multiplicação das pesquisas nesta área demonstrou como a satisfação, e também as insatisfações podem afetar o desenvolvimento e

crescimento das empresas, levando-as a perdas de resultados. Por outro lado, a satisfação do cliente também pode levar o cliente a fidelizar-se, melhorando suas relações com a empresa e, essas, por sua vez, sabem o quanto a satisfação é importante para a lucratividade em longo prazo e para a fidelidade de seus clientes, o que também aumenta a lucratividade. Além disso, o movimento de qualidade total, presente de forma intensa no mundo inteiro, visa, em última instância, a satisfação do consumidor.

Ainda de acordo com o autor o tema da satisfação e insatisfação também é de fundamental importância na atual realidade brasileira. Para as empresas, trata-se de uma consequência dos processos de qualidade, um pressuposto inquestionável para o sucesso no capitalismo do alvorecer do século XXI. Para os cidadãos, como já atesta o sucesso do Código de Defesa do Consumidor, o tema faz parte do aprendizado para que se tornem melhores consumidores, tornando-se um mercado mais qualificado e mais exigente.

Nos últimos anos, os estudos sobre a satisfação do consumidor absorveram parte considerável dos esforços dos pesquisadores em *marketing*, dos institutos de pesquisa, dos órgãos governamentais e das empresas interessadas em implantar programas de qualidade total. Atualmente, é lugar-comum reconhecer que satisfazer as necessidades do consumidor é um dos objetivos centrais das organizações (MARCHETTI; PRADO, 2001).

O reconhecimento desse princípio básico de gestão vem tornando cada vez mais importante o monitoramento da satisfação do consumidor como forma de avaliar o desempenho global das organizações, quer visem ao lucro ou não. Como ressaltam diversos estudos, num mundo onde a concorrência é grande e o consumidor está mais informado e exigente, a avaliação constante da satisfação traz excelentes benefícios como forma de realimentar e controlar o esforço de uma empresa sob ponto de vista dos seus clientes (MARCHETTI; PRADO, 2001).

Conforme Silva (2005a) a Exapit (Exposição Agropecuária e Industrial de Tupã) foi considerada pela população como uma feira de lazer. Segundo o relatório, 78,2% de todos que freqüentaram o recinto foram para se divertir com o parque, os shows ou passear com a família. À negócios freqüentaram a Exapit apenas 6,4%,

apesar da movimentação de R\$ 4 milhões de reais durante os nove dias de evento. Dos 6,4% que vão a Exapit para negócios, mais da metade procura a feira para exposições e questões agropecuárias e também para a aquisição de máquinas e equipamentos. O restante vai a procura de artesanato, veículos e vestuário (SILVA, 2005a).

Conforme o autor apesar de ser uma exposição agropecuária e industrial, a maior parte do público a freqüenta com interesses voltados ao lazer, investimentos podem ser feitos com o propósito de atrair mais empresas ligadas ao setor agropecuário, e pode-se aliar o título de Estância Turística à feira, fazendo um marketing apoiado em um planejamento que use o turismo como uma das atrações de lazer.

Os entrevistados assim se posicionaram sobre satisfação com os serviços oferecidos na Exipat: o valor do ingresso para os shows recebeu avaliação ruim, péssimo e não sabe por 66,2% da população. A maior reclamação é que os shows na agradam e os cantores são desconhecidos ou estão fora da parada de sucessos. A segurança da feira obteve 66,7% de avaliação boa e excelente, mas os entrevistados lembraram mais uma vez da sinalização e da iluminação entorno do recinto. O atendimento prestado durante a Exapit foi considerado bom e excelente por 80,2%, mas a falta de sinalização e informação foi novamente um reclame geral (SILVA, 2005b).

Ainda em relação à satisfação dos freqüentadores Silva (2005b) revela que a alimentação também obteve boa avaliação por parte de 60,3% dos entrevistados, ressaltando-se a falta de restaurantes. A limpeza do recinto foi considerada boa e excelente por 56,7% dos entrevistados, mas houve reprovação com relação aos banheiros, principalmente os femininos. Os shows receberam reprovação de 66,9% dos entrevistados, que preferem pagar um pouco mais, mas receberem shows de qualidade. O rodeio foi considerado bom ou excelente por 52,2% dos entrevistados, sendo que apenas 1,5% consideraram o rodeio péssimo e 38,5% disseram não saber.

Trabalho de Joaquim et al. (2007) realizado com o objetivo de identificar o perfil do freqüentador da Feira Agropecuária Expogrande 2006, em Campo Grande,

Mato Grosso do Sul procuraram observar a existência de turistas que foram à feira para realização de negócios, de forma a fornecer subsídios para a organização dos próximos eventos. Concluiu-se que os residentes tinham a feira como forma de entretenimento e lazer e os turistas como realização de negócios, sendo na maior parte do Estado de Mato Grosso do Sul e São Paulo.

Após a análise dos dados conclui-se que a Expogrande atrai sim um fluxo de turistas de negócios, sendo estas pessoas que se deslocam com o único objetivo de participar da feira, tendo em vista que, 78,79% dos entrevistados afirmaram que não tinham a pretensão de conhecer outros locais do Estado (JOAQUIM et al., 2007).

O turista de negócio que visita a Expogrande é assim caracterizado: sexo masculino, casado, com idade entre 25 e 44 anos, possuem nível superior completo e renda familiar acima de 10 salários mínimos. Visitam a feira acompanhado por familiares e colegas de trabalho, sendo estes a maior composta por fazendeiros ou profissionais liberais. Ficam hospedados em hotéis ou em casa de parentes e amigos. Utilizam o automóvel próprio como meio de transporte. Os principais pólos emissores são: Mato Grosso do Sul e São Paulo (JOAQUIM et al., 2007).

Ainda segundo Joaquim et al. (2007) a principal motivação é a “Oportunidade de Realizar negócios” e os “Leilões” e a “Associação/Sindicato” é o canal de divulgação mais eficaz. A pretensão de gasto por noite de evento é está acima dos R\$ 51,00. Os tipos de negócios mais realizados foram: “a compra e venda de animais” e a “compra e venda de implementos agrícolas e pecuários”.

De acordo com o estudo de Joaquim et al. (2007) se registrou a confirmação da relevância econômica da Expogrande para o Estado e para a Capital, bem como, a influência do evento na atração de novos segmentos turísticos para o destino, ocasionando a utilização dos serviços turísticos disponibilizados, o aumento da movimentação econômica, gerando assim, benefícios econômicos para a região.

A Exposição Agropecuária e de Produtos Derivados de Alagoas – EXPOAGRO é um evento que acontece há 58 anos e tem por finalidade divulgar os produtos desenvolvidos nas unidades agropecuárias do Estado de Alagoas, aproximar o público urbano do rural, manter tradições, promover o intercâmbio

dentre produtores e entre estes a diversos atores da sociedade alagoana e nordestina. Representa, também, um espaço para negociação de produtos, divulgação de invenções e inovações para o setor agropecuário, espaço de lazer para a sociedade e de troca de experiências.

A EXPOAGRO, realizada no Parque de Exposições José da Silva Nogueira, em Maceió, é tradicionalmente viabilizada, anualmente, em outubro de cada ano, sendo considerado o maior evento da agropecuária alagoana. O evento é uma realização da Associação dos criadores de Alagoas (ACA), Organizações Arnon de Mello e, Secretaria de Estado da Agricultura em Desenvolvimento Agrário.

Pela 58ª Exposição Agropecuária e Produtos Derivados de Alagoas (Expoagro 2008) passaram mais ou menos 120 mil pessoas. A movimentação de negócios diretos e nos leilões realizados superou a marca dos R\$ 12 milhões.

A exposição apresentou uma programação bastante interativa com julgamento de animais, palestras e cursos, feiras de máquinas, shows culturais e artísticos, e para as crianças, parque de diversões e as atrações da Fazendinha e passeios de charrete. Nesse ano de 2008 foi ampliada a praça de alimentação, além de muitas opções de compra, lazer e entretenimento. Para conforto e segurança dos visitantes estavam presentes centenas de homens trabalhando diariamente na limpeza e segurança reforçada, dia e noite. Contou, ainda, com a realização da prova Campeão dos Campeões, do 6º Circuito Alagoano de Marcha.

Na feira de 2008 ocorreu um considerável crescimento no volume de negócios em relação as edições anteriores. Nesse ano, algumas novidades fortaleceram o comércio de animais, como a realização de dois shoppings, um de gado de leite e outro de ovinos. Esse sistema de comércio permite a venda de animais direta do vendedor para o comprador e viabiliza um tipo de comércio que normalmente não é contemplado nos remates.

O evento reuniu os melhores, os maiores criadores e selecionadores de Alagoas de Nelore, Santa Inês, Dorper, Mangalarga Marchador e Quarto de Milha. Para os empresários de pequenas propriedades rurais, foi uma oportunidade para que assim pudessem conhecer alguns dos produtos e serviços pela instituição para

gestão e melhoria dos empreendimentos rurais, como as clínicas tecnológicas constituídas por serviços de consultorias tecnológicas, prestados por especialistas e empreendedores e empresários de micro e pequenas empresas, as clínicas terão como objetivo fornecer soluções sob medida para problemas específicos de produtos e processos (SEBRAE-AL, 2008).

### 3. MATERIAL E MÉTODOS

A exposição aconteceu no Parque de Exposições José da Silva Nogueira (Pecuária), no bairro do Trapiche em Maceió-AL, entre os dias 25 de outubro e 2 de novembro com horário de funcionamento das 10h:00min as 22h:00min, uma estrutura de 81 mil metros quadrados, 500 expositores e 2 mil animais que foram acompanhados para durante a sua entrada garantindo a procedência sanitária de todos eles, a Agência de Defesa e Inspeção Agropecuária de Alagoas (ADEAL) estiveram de plantão durante todo o evento e dias que o antecederam.

O trabalho envolveu diversas etapas ressaltando-se a etapa de levantamento bibliográfico sobre o tema e a parte de campo. Esta última foi viabilizada a partir da aplicação de questionário junto à população que visitou a exposição. O instrumento de coleta continha questões fechadas sobre o perfil dos freqüentadores do evento e foi previamente testado junto a freqüentadores da exposição a fim de corrigir eventuais falhas. A pesquisa de campo foi aplicada entre os dias 25 de outubro e 2 de novembro de 2008, nos períodos vespertino e noturno durante a 58ª Expoagro, realizada em Maceió. A pesquisadora adotou como ponto de coleta o estande do Centro de Ciências Agrárias, da Universidade Federal de Alagoas e abordou os freqüentadores que ali adentraram e se dispuseram a contribuir com a pesquisa. Ao longo do período foram entrevistadas 116 pessoas.

Com o término da pesquisa de campo os questionários foram tabulados e registrados em um banco de dados criado no Microsoft Excel e objeto de análise estatística.

#### 4.RESULTADOS E DISCUSSÃO

Dos visitantes que se dispuseram a colaborar com a pesquisa 13% eram oriundos de outros municípios alagoanos (figura 1).

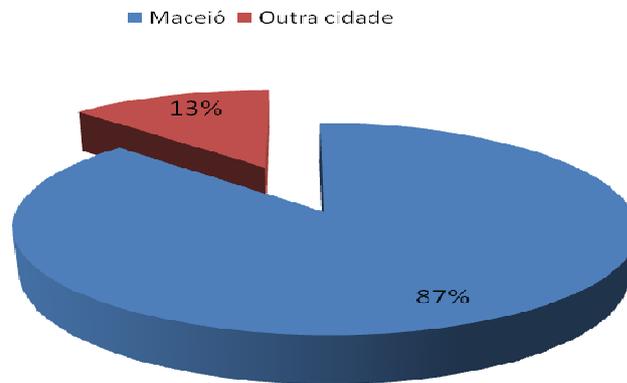


Figura 1 - Distribuição dos participantes da 58ª EXPOAGRO entrevistados, conforme local de residência, em 2008.

Dentre os entrevistados oriundos de outras cidades 67% não informaram quanto tempo permaneceriam em Maceió, enquanto que 7% permaneceriam: 5 dias, 7 dias e 10 dias (Figura 2).

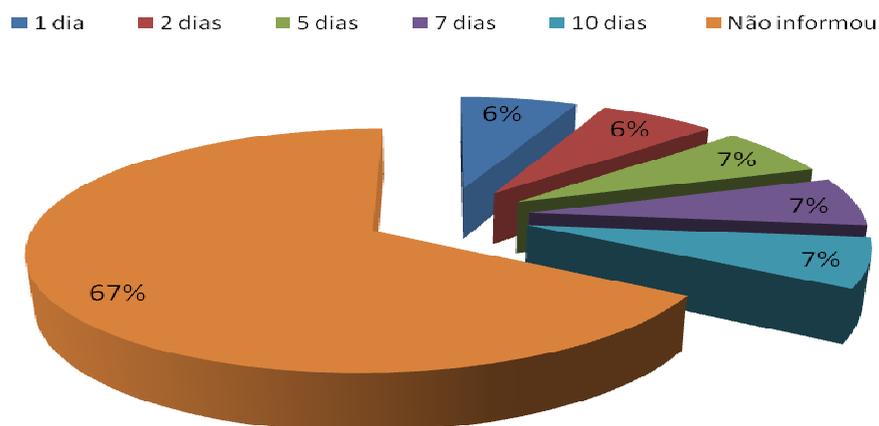


Figura 2 - Tempo de permanência, em Maceió, dos participantes da 58ª EXPOAGRO entrevistados, oriundos de outras cidades, em 2008.

Cerca de 30% dos entrevistados, não residentes em Maceió, são de municípios alagoanos e cerca de 70% não informaram o estado de procedência (figura 3).

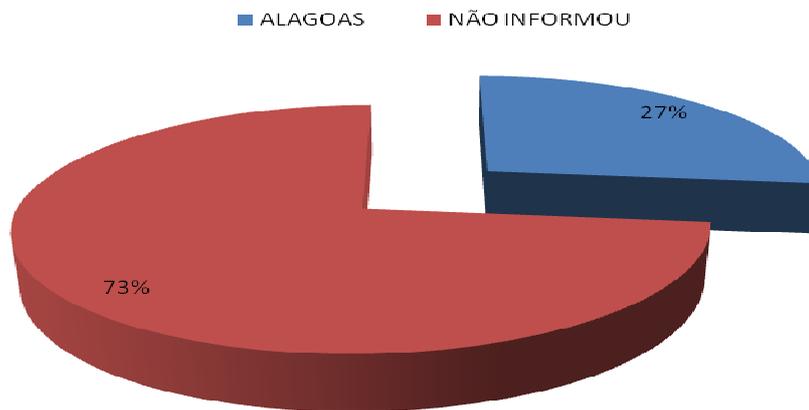


Figura 3 - Estado de procedência dos entrevistados, na 58ª EXPOAGRO, não residente em Maceió, em 2008.

A maioria dos entrevistados não residentes em Maceió (73%) não informou o local que ficaria hospedado, enquanto que 7% se hospedariam em pousadas, 7% retornariam às cidades de origem e 7% informaram que ficariam em casa de amigos e 6% em casa de parentes (figura 4).

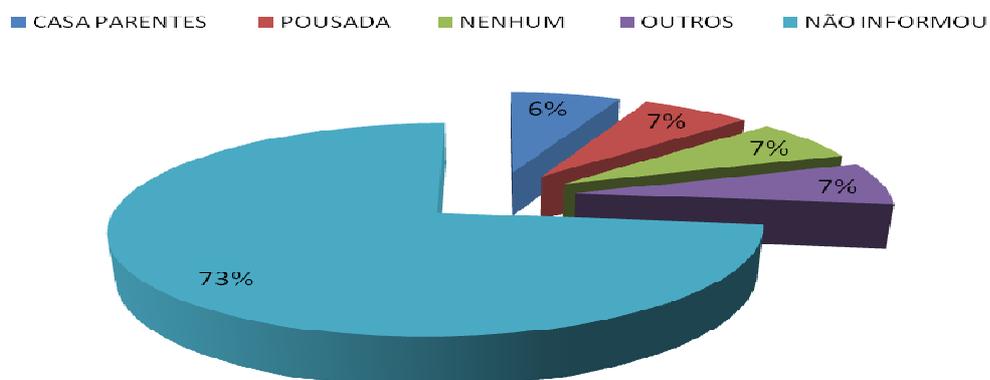


Figura 4 - Local de hospedagem dos entrevistados da 58ª EXPOAGRO, em 2008.

Cerca de 60% dos entrevistados mostraram interesse em conhecer a cidade de Maceió (figura 5).

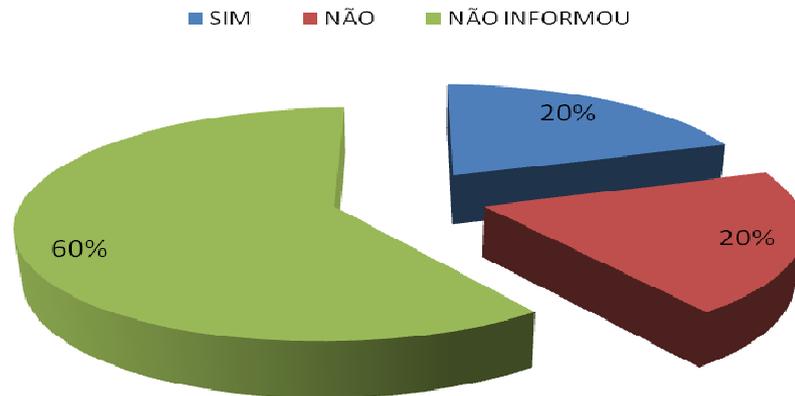


Figura 5 - Interesse dos entrevistados da 58ª EXPOAGRO em conhecer a cidade de Maceió, em 2008.

Foi observado 48% dos entrevistados eram do sexo masculino enquanto que 52% do sexo feminino (figura 6).

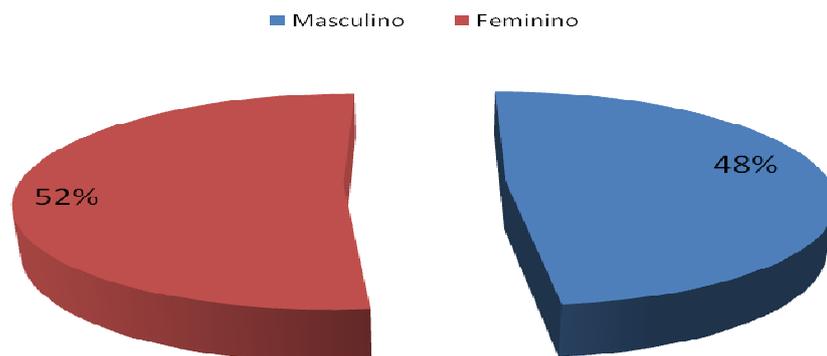


Figura 6 – Distribuição dos entrevistados da 58ª EXPOAGRO, segundo o gênero, em 2008.

Em relação ao estado civil foi constatado que 41% dos entrevistados casados, enquanto que 50% solteiros e 4%,3%e2% eram, respectivamente: viuvos, separados e amigados (figura 7).

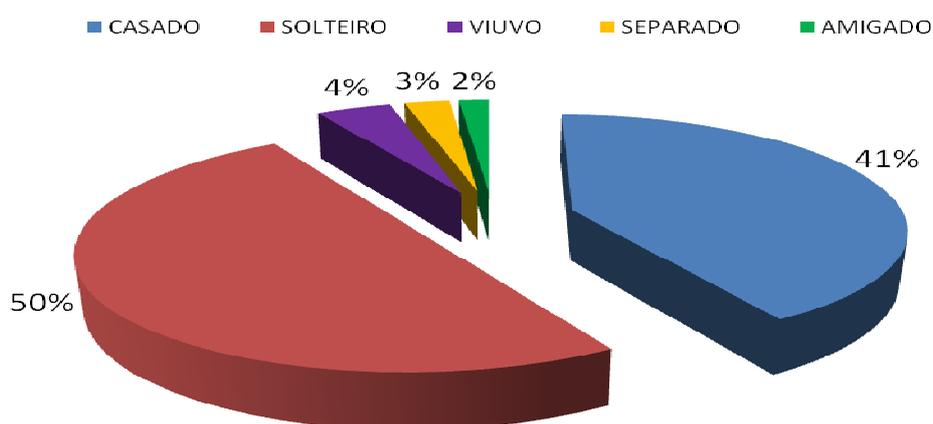


Figura 7 – Distribuição dos entrevistados da 58ª EXPOAGRO, de acordo com estado civil, em 2008.

No referente ao grau de escolaridade 34% tinham o nível superior incompleto, 28% superior completo e ensino médio completo enquanto que 1%, 6% e 3% tinham, respectivamente: médio incompleto, fundamental, e analfabeto (figura8).

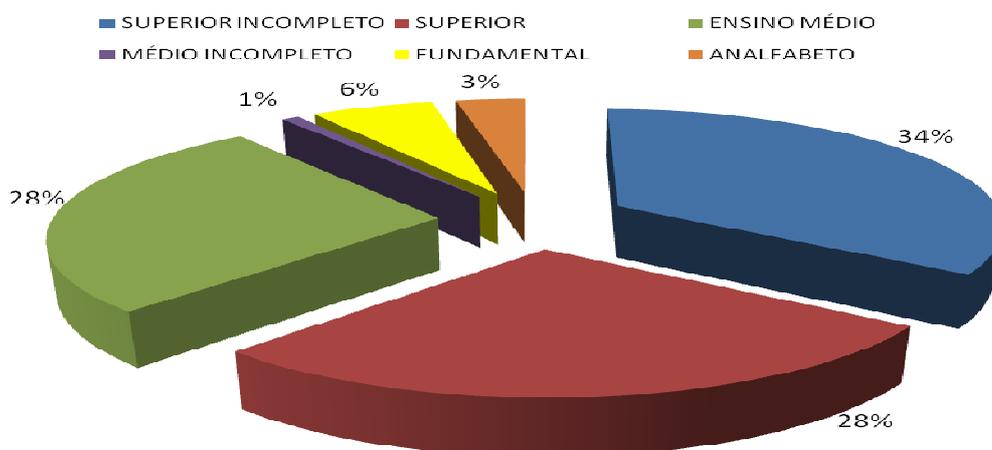


Figura 8 – Entrevistados da 58ª EXPOAGRO, segundo grau de escolaridade, em 2008.

De acordo com dados obtidos (figura 9) 43% dos entrevistados possuíam renda familiar entre 2 e 4 salários mínimos, 27% entre 5 e 7 salários mínimos, 14% menos de 2 salários mínimos, 9% entre 8 e 9, 5% mais de 10 salários mínimos e 2% não informaram.

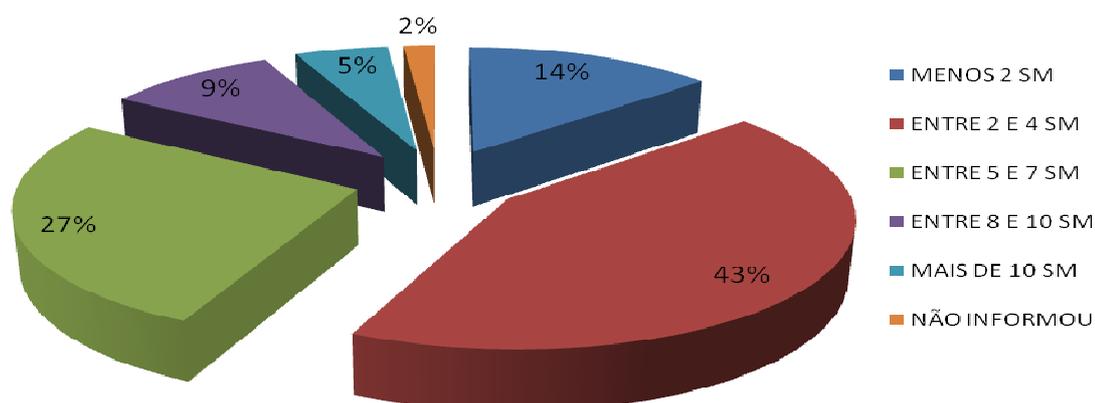


Figura 9 - Distribuição dos entrevistados da 58ª EXPOAGRO, conforme a renda familiar mensal, em 2008.

Dados coletados (figura 10) revelam que 48% utilizaram ônibus, 38% carro, 2% transporte de empresa e/ou táxi 3% e 7% a pé e moto, respectivamente.

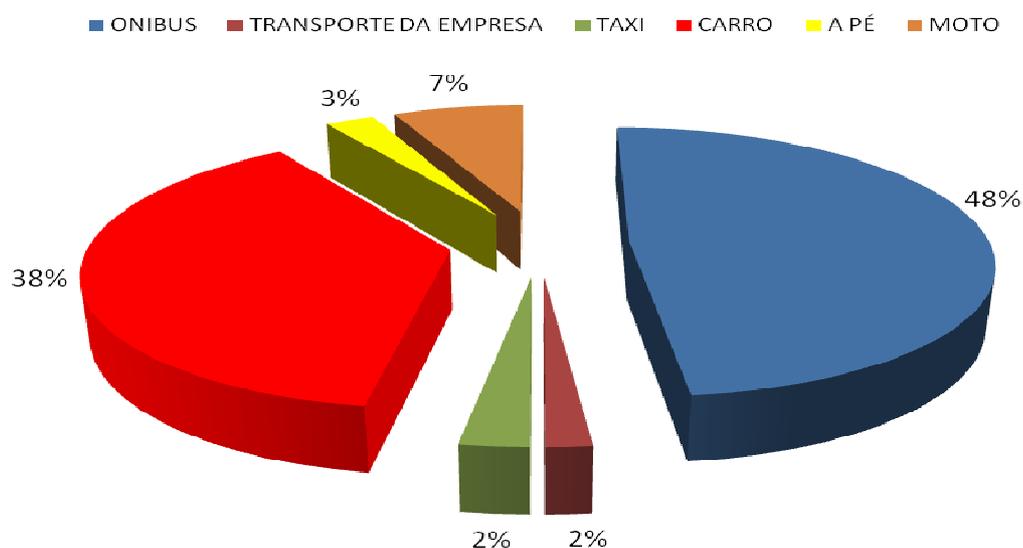


Figura 10 – Meio de transporte utilizado pelos entrevistados da 58ª EXPOAGRO para deslocamento à feira, em 2008.

Dentre os entrevistados 41% foram acompanhados pelos familiares, 19% com amigos, 17% com colegas de trabalho ou sozinhos e, 6% com namorados (figura 11).

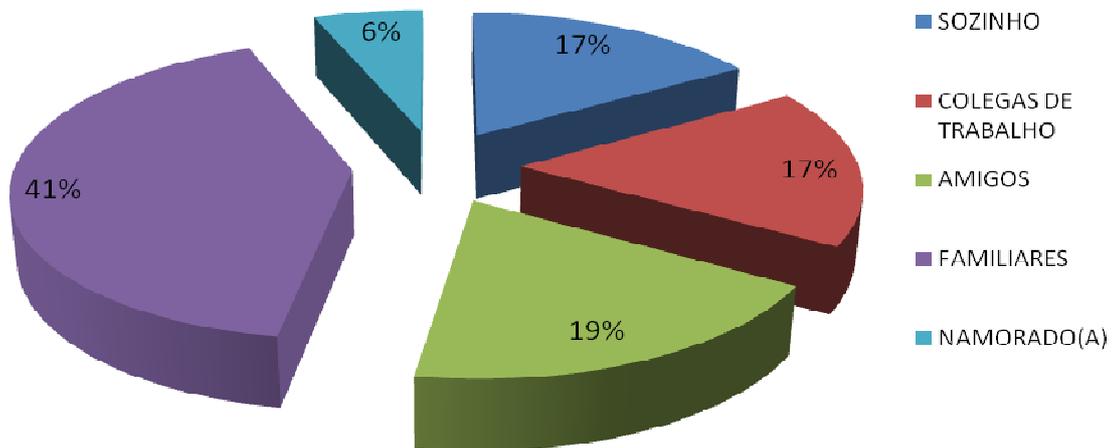


Figura 11 – Com quem os entrevistados da 58ª EXPOAGRO foram a feira, em 2008.

Dentre os entrevistados 29% eram estudantes, 17% funcionários públicos, 14% autônomos, 12% outras profissões, 11% profissionais liberais, 5% empresários e aposentados, 7% fazendeiros (figura 12).

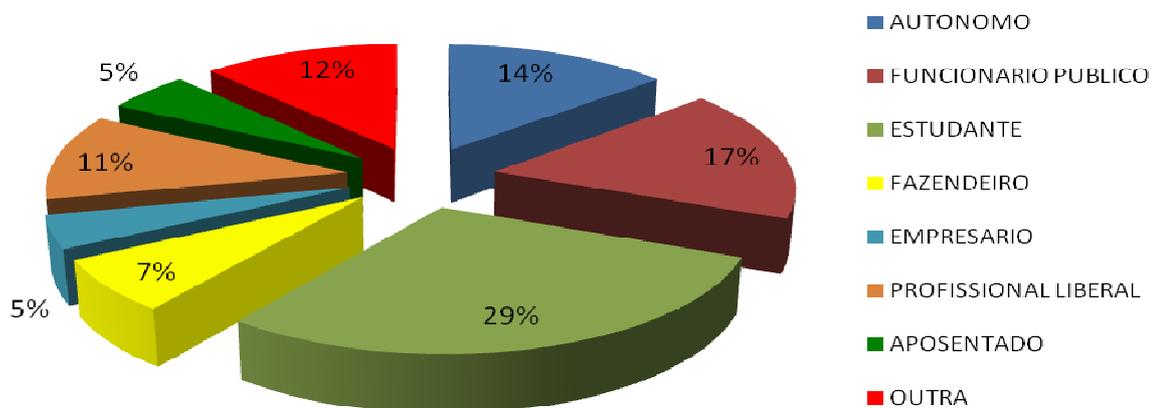


Figura 12 – Distribuição dos entrevistado da 58ª EXPOAGRO, de acordo com a principal ocupação, em 2008.

Dos inquiridos 61% foram a feira por entretenimento e lazer, 42% para verem os animais, 40% pelo trabalho, 15% oportunidade de efetuar negócios, 12% participar de leilões, 10% interessados no parque de diversões, 7% pela gastronomia, 4% outros (figura 13).

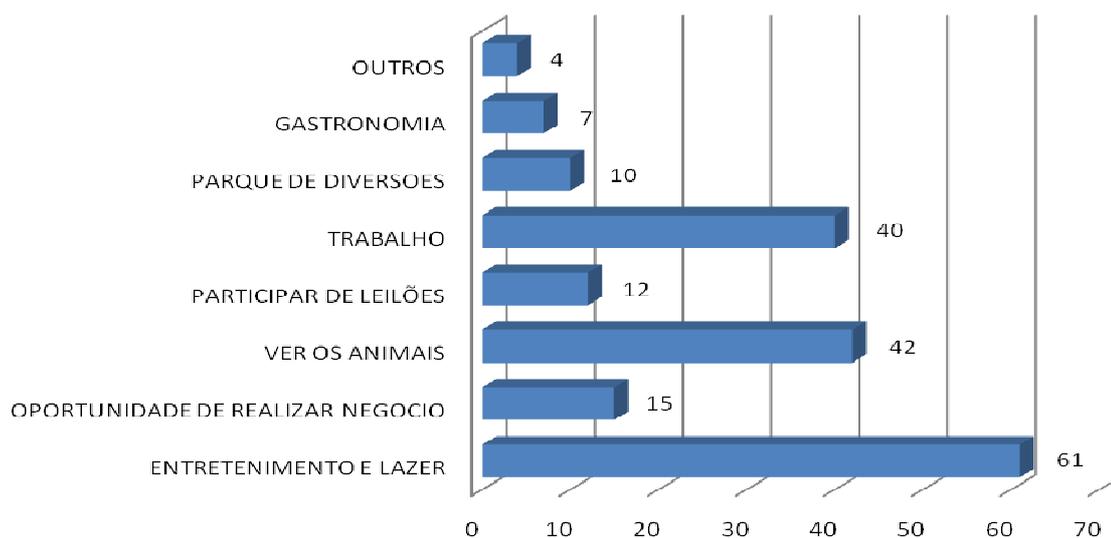


Figura 13 – Distribuição dos entrevistados da 58ª Expoagro, conforme o motivo para ir à feira, em 2008.

Quanto à frequência à feira (EXPOAGRO) 47% foram a primeira vez nesta edição, 26% já participaram em dias anteriores, 27% compareceram todos os dias (figura 14).

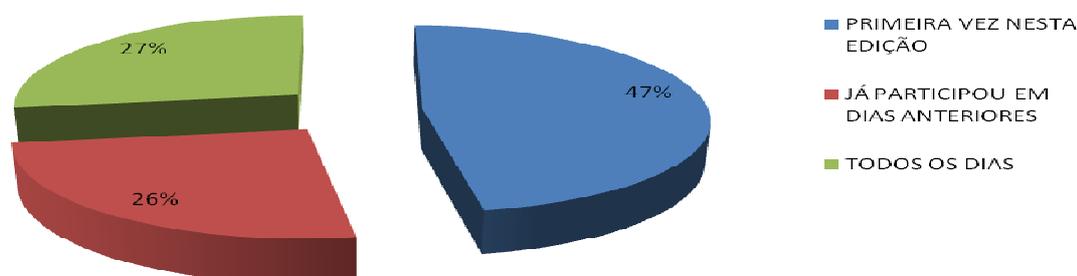


Figura 14 – Frequência de participação dos entrevistados da 58ª EXPOAGRO, na feira, em 2008.

Dos participantes da entrevista 71% tinham pretensão de voltar na próxima edição, 28% afirmaram que talvez voltem e 1% não (figura 15).

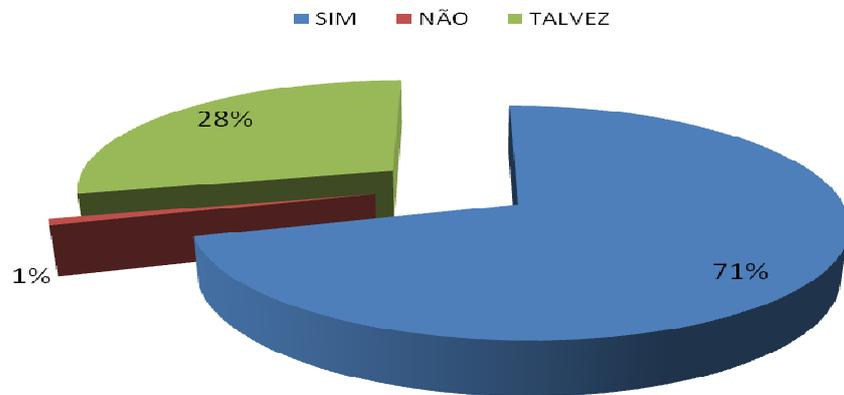


Figura 15 – Pretensão dos entrevistados da 58ª EXPOAGRO de voltarem na próxima edição da feira, em 2008.

A maioria (96%) tomou conhecimento da realização da EXPOAGRO pela televisão, 29% por outdoor, 24% através de amigos e parentes, 21% no ambiente de trabalho, 18% por intermédio de emissoras de rádio, 10% pela internet, 8% por meio da associação e sindicatos, 2 por meio de cartaz e 1% por panfletos e banca (figura 16).

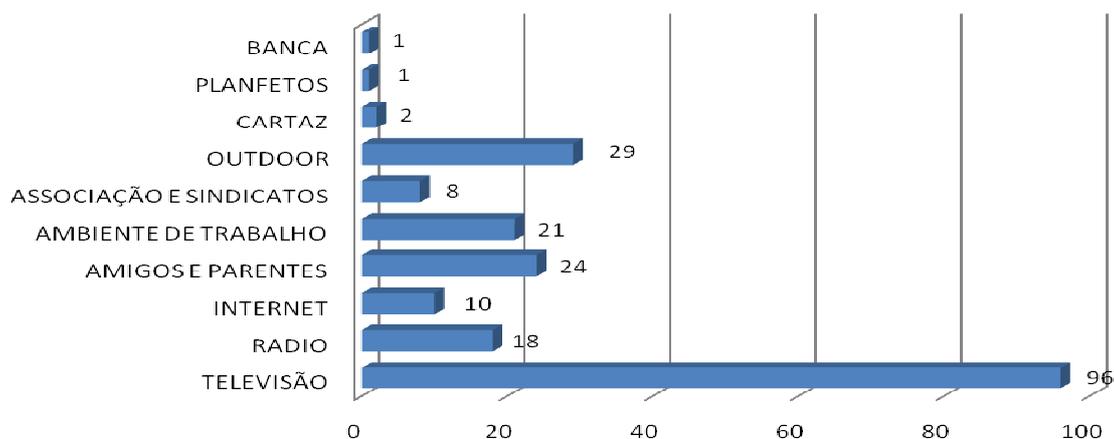


Figura 16 – Como os entrevistados tomaram conhecimento da realização da 58ª EXPOAGRO, em 2008.

Em relação a avaliação do banheiros disponibilizados para os frequentadores 32% dos entrevistados avaliaram como “bom”, enquanto que 29% como “péssimo”, 28% como “regular”, 6% não informaram, 3% como ótimo e 2% como excelente (figura 17).

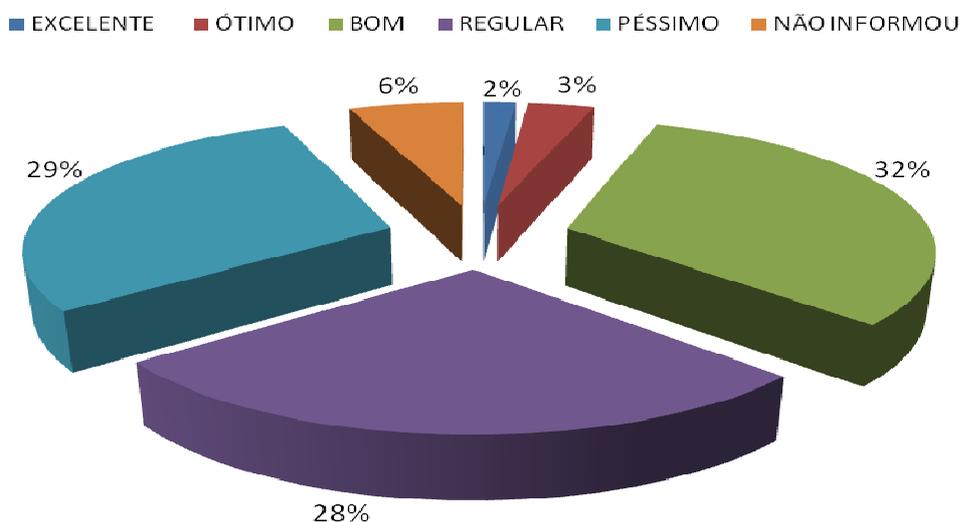


Figura 17 – Opinião dos entrevistados da 58ª EXPOAGRO, sobre os sanitários disponibilizados, em 2008.

Dos frequentadores entrevistados da feira 51% disseram que os serviços oferecidos nos restaurantes eram bons, 24% regular, 16% ótimo, 5% não informaram e 2% excelente e péssimo ( figura 18).

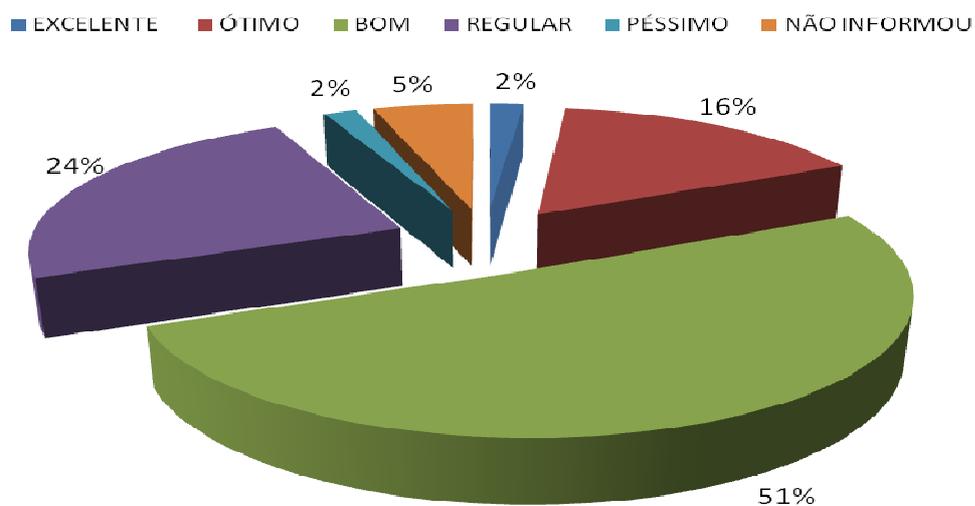


Figura 18 – Opinião dos entrevistados da 58ª EXPOAGRO, sobre os serviços oferecidos pelos restaurantes, em 2008.

Em relação a iluminação 59% responderam quem estava bom, 16% regular e ótimo, 6% péssimo e 3% excelente (figura 19).

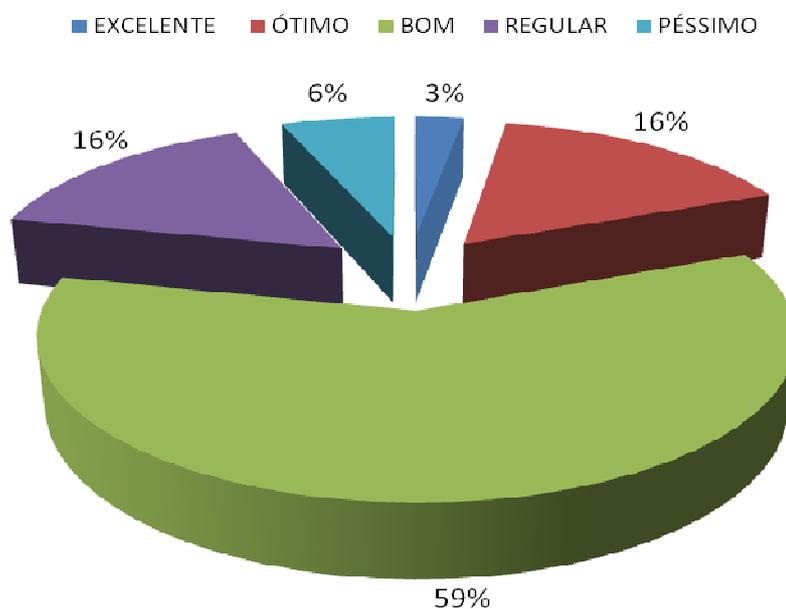


Figura 19 – Opinião dos entrevistados da 58ª EXPOAGRO, sobre a iluminação da área da feira, em 2008.

Para 58% dos participantes o serviço de segurança no evento foi creditado como “bom”, 23% regular, 12% ótimo, 4% não informaram e 2% excelente e 1% péssimo (figura 20).

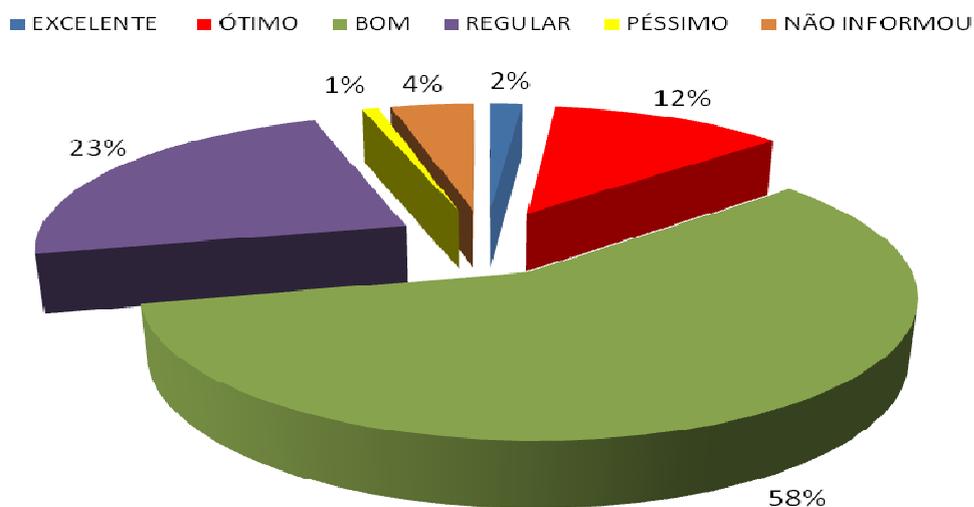


Figura 20 – Opinião dos entrevistados da 58ª EXPOAGRO, sobre o serviço de segurança na feira, em 2008.

A opinião em relação aos estandes (instalações, ambiente, serviços oferecidos) foi “boa” para 55%, “ótimo” para 22%, excelente para 13%, “regular” e “não informaram” para 5% dos entrevistados (Figura 21).

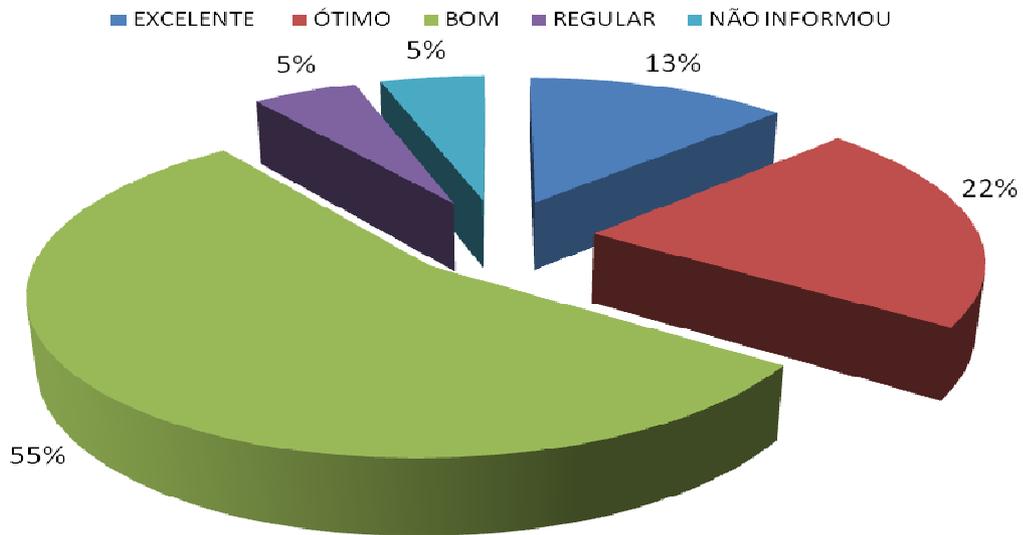


Figura 21 – Opinião dos entrevistados da 58ª EXPOAGRO, sobre os estandes, em 2008.

Em relação as facilidades de acesso, 59% avaliaram como boas, 20% regulares, 17% como ótimas e 2% como excelentes e péssimas (figura 22).

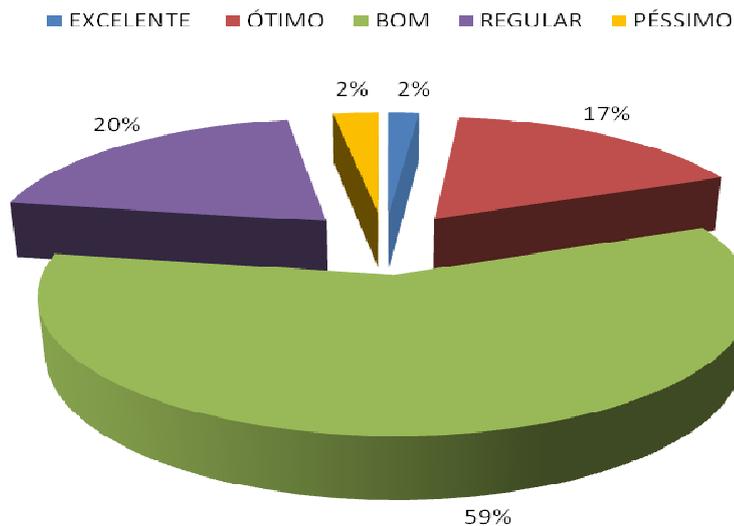


Figura 22 – Opinião dos entrevistados da 58ª EXPOAGRO, sobre as facilidades de acesso a feira, em 2008.

Dos entrevistados 78% “não informaram” sua avaliação sobre os shows realizados na feira, 8% avaliaram como “bom”, 5% como “regular” e “péssimo”, 3% como “ótimo”, enquanto que para 1% a avaliação foi “excelente” (figura 23).

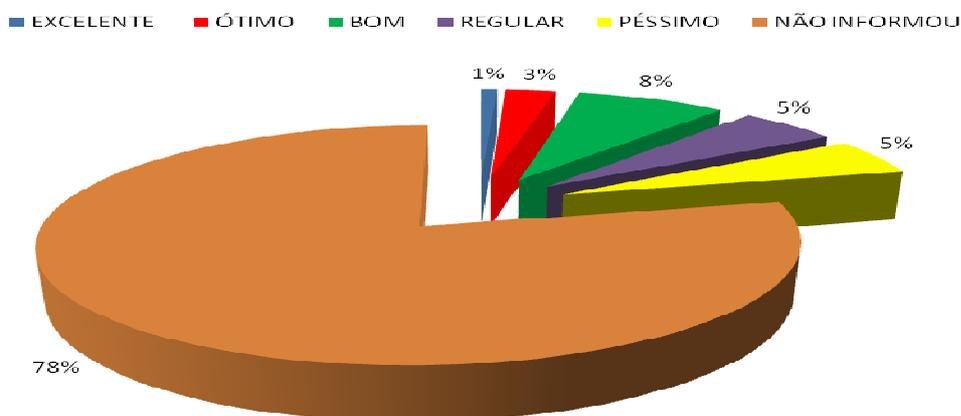


Figura 23 – Opinião dos entrevistados da 58ª EXPOAGRO, sobre os shows realizados na feira, em 2008.

Também foi perguntado quanto cada entrevistado pretendia gastar em cada visita à Expoagro. Dentre os entrevistados, 44% pretendiam gastar R\$10,00 a R\$20,00; 27% pretendiam gastar R\$21,00 a R\$30,00; 17% mais de R\$51,00 e, 9% entre R\$31,00 a R\$40,00 (figura 24). Foi constatado que três entrevistados - obviamente agropecuaristas - asseveraram que pretendiam investir, respectivamente, R\$ 3.000,00; R\$10.000,00 e, R\$200.000,00 na aquisição de animais e/equipamentos agrícolas.

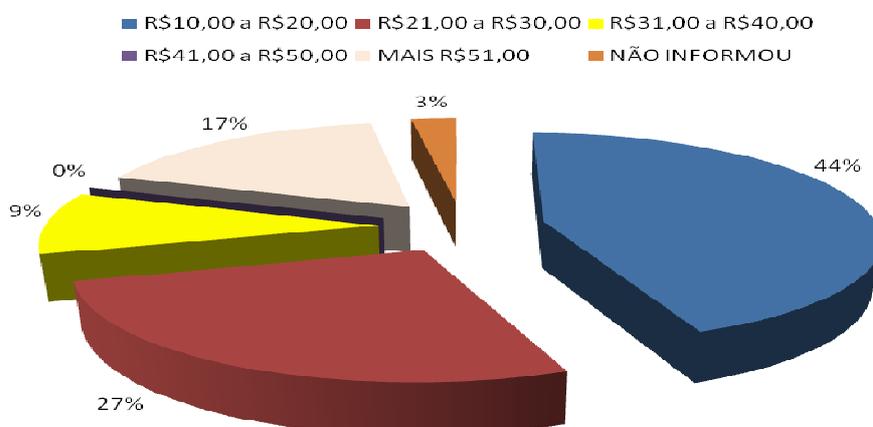


Figura 24 – Quanto os entrevistados da 58ª EXPOAGRO pretendiam gastar em cada visita à feira, em 2008.

Em relação à realização de algum tipo de negócio no decorrer da feira foi constatado que 61% dos entrevistados não fecharam nenhum tipo de negócio; 9% efetuaram compra e venda de animais 9% efetuaram negócio em função do trabalho que desenvolvia; 8% aproveitaram o evento para realização de contatos comerciais; 5% não forneceram informações; 3% efetuaram compra e venda de artesanatos, enquanto 2% compraram ou venderam implementos agrícolas (figura 25).



Figura 25 – Realização de algum tipo de negócio pelos entrevistados da 58ª EXPOAGRO, em 2008.

Em relação à organização do evento os entrevistados assim avaliaram: 55% como “bom”, 12% como “regular”, 19% como “ótimo”, 4% como “péssimo” e 3% “não informaram” (figura 26).

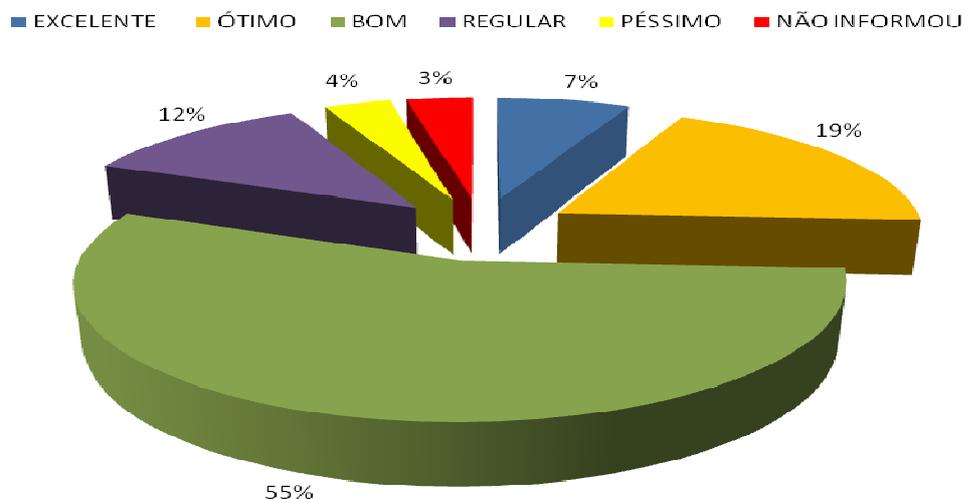


Figura 26 – Opinião dos entrevistados as 58ª EXPOAGRO, sobre a organização geral do evento, em 2008.

## **5. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Após a análise dos dados conclui-se que a Expoagro atrai sim um fluxo de visitantes de negócios, sendo estas pessoas que se deslocam com o único objetivo de participar da feira, mas, a maioria ali compareceu para entretenimento e lazer

Os visitantes da Expoagro 2008 tem as seguintes características: sexo feminino, solteiro, ensino superior incompleto, vão acompanhado pelos familiares e renda familiar entre 2 e 4 salários mínimos. Utilizam transporte próprio ou ônibus, a pretensão é entretenimento e lazer, ver os animais. A pretensão de gasto por noite acima dos R\$ 10,00. A maioria não fechou nenhum tipo de negocio.

A avaliação dos frequentadores em relação a infraestrutura do evento ficou entre regular (os banheiros) e bom (organização, iluminação, praça de alimentação, facilidade de acesso, segurança, estandes).

## 6.REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BEBER, Sedinei José Nardelli. Estado atual dos estudos sobre a satisfação do consumidor. Disponível em: <<http://anpad.org.br/enanpad/1999/dwn/enanpad1999-mkt-29.pdf>>. Acesso em: 21.jun.2010.

JOAQUIM, Débora dos Santos Zerial; RODRIGUES, Jordana Duenha; OLIVEIRA, Lis Damasceno de; FRATA, Angela Maria; MICHELS, Ido Luiz. O perfil do freqüentador da Feira Agropecuária Expogrande 2006, Campo Grande, Mato Grosso do Sul. In: XLV Congresso da SOBER, 2007, Londrina (PR). **Anais** do XLV Congresso da SOBER - Conhecimentos para a agricultura do futuro, 2007.

JOOS, Carlos D. Em busca da satisfação do cliente: A satisfação do cliente e a ISO 9000:2000. (Setembro de 2002). Disponível em: <<http://www.philipcrosby.com.br/pca/artigos/Em%20busca.html>>. Acesso em: 20.jun.2010.

MARCHETTI, Renato; PRADO, Paulo H. M. Um *tour* pelas medidas de satisfação do consumidor. **RAE - Revista de Administração de Empresas**, Out./Dez. 2001. São Paulo, v. 41, n. 4, p. 56-67.

ROSSI, Carlos Alberto Vargas and SLONGO, Luiz Antonio. Pesquisa de satisfação de clientes: o estado-da-arte e proposição de um método brasileiro. *Rev. adm. contemp.* [online]. 1998, vol.2, n.1, pp. 101-125. ISSN 1982-7849. doi: 10.1590/S1415-65551998000100007.

SILVA, Jose Rogerio. **Pesquisa da Unesp aponta o que funciona e o que precisa ser mudado na Exapit.** (31/03/2005 - 17:22:52) Disponível em: <<http://www.unisite.com.br/Geral/11775/Pesquisa-da-Unesp-aponta-o-que-funciona-e-o-que-precisa-ser-mudado-na-Exapit.xhtml>>. Acesso em: 10.mar.2010.

SILVA, Jose Rogerio. **Pesquisa também levantou o índice de satisfação com serviços oferecidos na Exapit.** (01/04/2005 - 07:49:08). Disponível em: <<http://unisite.com.br/Geral/11776/Pesquisa-tambem-levantou-o-indice-de-satisfacao-com-servicos-oferecidos-na-Exapit.xhtml>>. Acesso em: 10.mar.2010.

JOAQUIM, Débora dos Santos Zerial; RODRIGUES, Jordana Duenha; OLIVEIRA, Lis Damasceno de; FRATA, Angela Maria; MICHELS, Ido Luiz. O perfil do freqüentador da Feira Agropecuária Expogrande 2006, Campo Grande, Mato Grosso do Sul. In: XLV Congresso da SOBER, 2007, Londrina (PR). **Anais** do XLV Congresso da SOBER - Conhecimentos para a agricultura do futuro, 2007.