Brazilian Journal of Development

Economia solidária e feiras: uma questão da qualidade

Solidarity economy and fairs: a question of quality

Recebimento dos originais: 07/09/2017
Aceitação para publicação: 11/11/2017

Raquel Andrade Rebelo
Mestre em Ciências da Computação
Instituição: Universidade Regional de Blumenau
Endereço: R. São Paulo, 3250 - Itoupava Seca, Blumenau - SC, Brasil
E-mail: profraquel2015@gmail.com

Flávia Roberta Bussarello
Graduada em Psicologia
Instituição: Pontifícia Universidade Católica de São Paulo
Endereço: R. Monte Alegre, 984 - Perdizes, São Paulo - SP, Brasil
E-mail: frbusarello@gmail.com

Lorena de Fátima Prim
Doutora em Psicologia
Instituição: Universidade Regional de Blumenau
Endereço: R. São Paulo, 3250 - Itoupava Seca, Blumenau - SC, Brasil
E-mail: lorenafatimaprim@gmail.com

RESUMO

A Feira de Economia Solidária, que acontece na Universidade Regional de Blumenau – FURB tem o apoio e assessoria da Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares da Universidade Regional de Blumenau - ITCP/FURB, tendo como princípios o comércio justo e solidário. O grande desafio é oferecer produtos e serviços com qualidade aos consumidores, que se torna a cada edição mais exigentes e críticos. Este trabalho tem como objetivo avaliar a qualidade dos produtos e serviços oferecidos pela feira de economia solidária da FURB, bem como identificar as variáveis das dimensões da qualidade que superar as expectativas dos consumidores e aquelas que deixam a desejar. Para a coleta de dados foi elaborado um questionário adaptado do modelo SEVQUAL para mensurar a satisfação dos consumidores, no qual avaliam as dimensões de qualidade: confiabilidade, responsividade, segurança, empatia e tangibilidade, por meio de perguntas fechadas na escala de Likert com 7 classificações. Para análise dos dados utilizou-se a Estatística Descritiva, o Teste de *Wilcoxon* e a Correlação de *Spearman*. Os dados foram tratados por meio dos *Softwares Action 2.8* e *SPSS 20.0*. Os resultados apresentaram que a Feira de Economia Solidária da FURB são satisfatórios quanto as diversas dimensões da qualidade, na percepção e expectativa dos consumidores, porém necessitando de melhorias.

Palavras-chave: Economia Solidária; Comércio Justo; Trabalho e Renda; Qualidade.

ABSTRACT

The Solidarity Economy Fair, held at the Regional University of Blumenau - FURB has the support and advice of the Technological Incubator of Popular Cooperatives of the Regional University of

Brazilian Journal of Development

Blumenau - ITCP / FURB, following the principles of Fair Trade. The challenge is to offer products and services with quality to consumers who are becoming more demanding and critical. This study aims to assess the quality of products and services offered by this fair, as well as to identify the quality dimensions of the variables that exceed customer expectations and those that fall short. To collect the data we designed a questionnaire adapted from the SERVQUAL model to measure consumer satisfaction, which assess the quality dimensions: reliability, responsiveness, safety, empathy and tangibility, through closed questions in the range of Likert with 7 ratings. For data analysis we used the descriptive statistics, the Wilcoxon test and Spearman correlation. The data were processed through the Software Action 2.8 and SPSS 20.0. The result showed that, overall, the solidarity economy Fair FURB presents satisfactory results in consumers perception and expectation, but showing opportunities of improvement.

Keywords: Solidarity Economy; Fair Trade; Work and Income; Quality.

1 INTRODUÇÃO

A Economia Solidária compreende uma diversidade de práticas econômicas e sociais organizadas sob a forma de cooperativas, associações, empresas autogestionárias, redes de cooperação, complexos cooperativos, entre outras. Esse setor vem se desenvolvendo no Brasil desde os últimos anos do século passado e constitui uma resposta de parte da sociedade civil à crise das relações de trabalho e ao aumento da exclusão social.

Neste sentido a Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares da Universidade Regional de Blumenau – ITCP/FURB, é um programa de extensão universitária criado em 1999 para implementar ações alternativas de geração de trabalho e renda na perspectiva da Economia Solidária- ECOSOL. A metodologia de trabalho busca aproximar a universidade da sociedade em geral e de trabalhadores em particular, que veem na organização associativa, uma alternativa de trabalho e de geração de renda.

A Feira de Economia Solidária da FURB, a única feira de Economia Solidária feita dentro de uma universidade, acontece em dois dias consecutivos, durante os meses de março a novembro (com exceção de julho), no pátio central em frente à Biblioteca Universitária da FURB. A Feira conta atualmente com 12 (doze) Empreendimentos de Economia Solidária da Rede de Economia Solidária do Vale do Itajaí - RESVI e do Fórum de Economia Solidária de Blumenau - FESB, e mais 4 (quatro) empreendimentos do Fórum de Economia Solidária do Litoral, totalizando 16 (dezesseis) empreendimentos. A opção por este local se deu por ser o espaço de maior circulação de acadêmicos e servidores da Universidade.

As feiras atendem o público da universidade e da comunidade externa, se tornando uma das importantes fontes de renda dos sujeitos que compõem o FESB e a RESVI, portanto os Empreendimentos Econômicos Solidários - EES procuram oferecer produtos e serviços com qualidade aos consumidores. Também esta é uma das principais fontes de renda e divulgação desses

grupos, pois a Feira possui amplo espaço para comercialização imediata (artesanato, alimentação, prestação de serviço, brechó, trocas solidárias) ou encomendas.

Com isso, a feira nos espaços da universidade possui um amplo campo de exploração e benefícios para os EES que compõem o RESVI/FESB. Seguindo este viés a primeira pesquisa foi feita no ano de 2014 com a aplicação de questionários com o público que circulava pela feira com o objetivo de conhecer a satisfação dos consumidores perante a feira. O resultado da pesquisa foi muito satisfatório para os artesãos, e foi refeita em 2015 com o foco na qualidade dos serviços prestados.

Esta pesquisa vem para atender uma demanda do FESB e da RESVI, que têm como objetivo analisar a qualidade dos serviços e produtos oferecidos na Feira de Economia Solidária da FURB, identificando nas variáveis das dimensões de qualidade: a tangibilidade, confiabilidade, responsividade, segurança e empatia, quanto às expectativas e a percepção dos consumidores que frequentam a feira.

Portanto a importância e relevância desta pesquisa se dá na possibilidade de monitorar a qualidade e atendimento por parte dos grupos sobre seus produtos, além de analisar seu atendimento e ação da Feira, visto que esta é o principal meio de comercialização e divulgação dos grupos, além de estar propondo com esta pesquisa, um novo diálogo das áreas de Gestão e seus instrumentos com a Economia Solidária.

2 ECONOMIA SOLIDÁRIA E COMÉRCIO JUSO: FEIRAS E REDES

O conceito de Economia Solidária foi criado pelo economista Paul Singer, e segundo o Sistema de Informação em Economia Solidária (SIES) é:

> [...] compreendida como o conjunto de atividades econômicas – de produção, distribuição, consumo, poupança e crédito – organizadas e realizadas solidariamente por trabalhadores e trabalhadoras sob a forma coletiva e autogestionária. (MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO, 2006, p.11)

Portanto esta forma de economia é uma alternativa que compõem não somente a venda e compra, mas também diferentes modalidades da economia, inclusive o consumo consciente, além de oferecer autonomia para os protagonistas da ECOSOL.

Em relação aos sujeitos que compõem o movimento da Economia Solidária, Schiochet (2009, p. 56) argumenta que:

> Não há como negar que a economia solidária é uma estratégia própria da sociedade civil. Contudo, com a chegada ao poder local das ‘forças democrático-populares’, passou a ser incorporada também na agenda dos governos. Foi na segunda metade na década passada

> que foram implantados os primeiros programas e ações governamentais de apoio à economia solidária.

Deste modo, a Economia Solidária está vinculada a sociedade civil, não existe sem esses sujeitos, e por eles é feita. Sendo assim, as ações da ECOSOL, vão além da geração de trabalho e renda, porque é reivindicado direitos sociais e o direito econômico é associado à luta pela democracia (GELLERT; REYES; SCHIOCHET,2013).

Uma das formas dos Empreendimentos Econômicos Solidários conseguirem se empoderar, e criar espaço dentro do mundo globalizado capitalista são as Redes de Economia Solidária, que se tornam um espaço de articulação e criação de estratégias. Neste sentido na perspectiva da Economia Solidária,

> a organização de redes de colaboração solidária locais, regionais e mundial constitui-se em uma viável alternativa pós-capitalista à globalização em curso, promovendo-se o crescimento econômico e a expansão das liberdades públicas e privadas, eticamente referenciadas (MANCE, 2002, p.23)

Ao se organizar em rede, os EES podem conquistar diversos espaços, como Feiras de Economia Solidárias, políticas municipais e eventos. Ao exemplo do RESVI e FESB que se trata de um espaço para os empreendimentos se organizarem enquanto uma rede, e a partir disso elaborarem estratégias de comercialização, de divulgação e de planejamento estratégico. (GELLERT; REYES; SCHIOCHET, 2013).

Através das Feiras de Economia Solidárias os EES podem construir novas formas de agir, como o exemplo citado acima, além de ser uma forma de organização que "[...] constitui uma nova tecnologia social, que prioriza desenvolvimento de técnicas e equipamentos voltados à inclusão social e à melhoria da qualidade de vida do conjunto da população, [...]" (ROBERTO; PACHECO, 2010, p.50).

Deste modo, a Economia Solidária propicia maior qualidade de vida e propõem uma nova forma de relação econômica e social onde o sujeito é cidadão de direitos e ativo. Essa nova forma de economia é pautada em relações de solidariedade, responsabilidade social e sustentabilidade.

3GESTÃO DA QUALIDADE EM SERVIÇOS

Hoje, cada vez mais os serviços veem ganhando espaço na vida humana. Contudo, a percepção de usuários acerca da qualidade com que o serviço é prestado, também vem aumentando. Diante desta perspectiva torna-se inegável que as Feiras de Economia Solidarias, possuem múltiplas funcionalidades.

Entretanto, em virtude do papel desempenhado pelas mesmas para com a sociedade, surge à preocupação tanto com a qualidade dos serviços que são prestados quanto com a otimização do atendimento as expectativas dos consumidores. Faria, Freitas e Molina-Palma (2015, p. 54) afirmam que diversas são as interpretações presentes na literatura acerca da qualidade. Porém para os autores ela representa "uma espécie de pré-requisito para atingir a flexibilidade e inovação" no mercado.

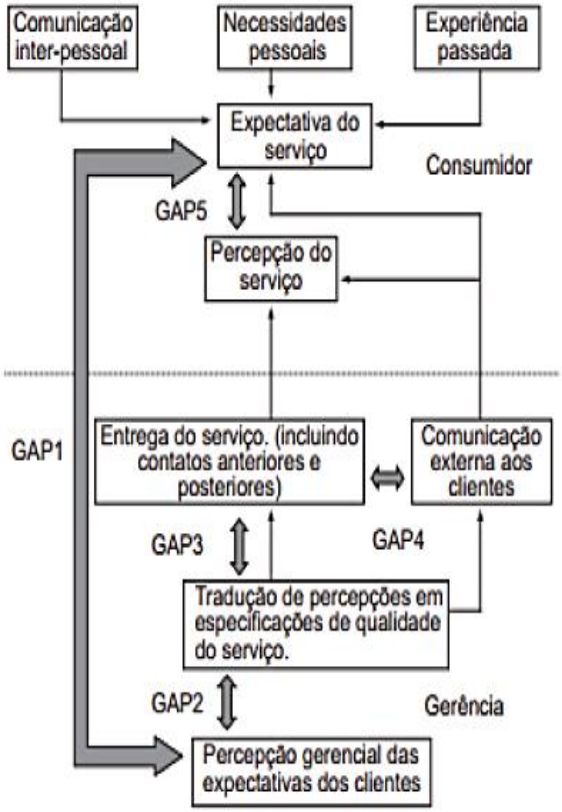
Consequentemente, percebe-se que a qualidade de um serviço está intimamente ligada ao atendimento das expectativas dos consumidores, sobre a sua própria perspectiva. Para Baptista e Leonardt (2011) é somente através da gestão eficiente da qualidade que as organizações poderão conquistar a confiança e fidelidade dos seus consumidores. Em função disso, torna-se vital que a qualidade seja avaliada constantemente para agregar maior valor aos serviços prestados.

Todavia, mensurar o nível de qualidade de um serviço não é tarefa fácil. De acordo com Freitas, Silveira e Castro (2015), isso se dá devido ao fato dos mesmos serem bens intangíveis que são produzidos e consumidos simultaneamente.

Diante desse cenário, uma das maneiras mais eficientes disponíveis atualmente para se mensurar a qualidade de um serviço, na percepção de Arantes e Neves (2014), é através da aplicação do questionário *Service Quality Gap Analysis* (SERVQUAL). Tal questionário é baseado em *gaps*, conforme demostra-se na Figura 1.

Brazilian Journal of Development

Figura 1 – O modelo SERVQUAL



Fonte: Parasuraman et al. (1985 apud Mondo e Fiates, 2013, p. 6)

Segundo Mondo e Fiates (2013), os *gaps* do modelo SERVQUAL correspondem as lacunas existentes entre as expectativas de um consumidor e o que de fato é oferecido a ele (Quadro 1).

Brazilian Journal of Development

Quadro 1 – *Gaps* do modelo SERVQUAL

Gaps	**Lacuna existente**
*Gap*1	Diferença entre a expectativa dos consumidores e as percepções da gerência com relação a essas expectativas, ou seja, saber ou não o que os consumidores esperam.
Gap 2	Diferença entre as percepções da administração com relação às expectativas do consumidor e as especificações de qualidade de serviço, ou seja, serviços impróprios quando comparados com as percepções de qualidade.
*Gap*3	Diferença entre as especificações de qualidade de serviço e serviço efetivamente entregue ou seja, a diferença de desempenho do serviço.
Gap 4	Diferença entre prestação de serviços e as comunicações aos consumidores sobre a prestação de serviços, ou seja, se a entrega corresponde às promessas
*Gap*5	Diferença entre a expectativa do consumidor e a sua percepção. Esta lacuna depende do tamanho e direção das quatro lacunas associadas com a entrega de qualidade por parte do prestador.

Fonte: Adaptado de Mondo e Fiates (2013, p. 5)

Em virtude disso, estas lacunas podem ser interpretadas como meios que inviabilizam a garantia da qualidade do serviço prestado. Ao referir-se a este assunto, Arantes e Neves (2014) acrescentam que o questionário engloba as dimensões da qualidade, no que tange a tangibilidade, a confiabilidade, a responsividade, a segurança e a empatia de um serviço. Tais dimensões são descritas pelas autoras com base em Fitzsimmons e Fitzsimmons (2010):

a) Tangibilidade: capacidade da organização em dispor de uma estrutura adequada ao fornecimento do serviço, o que inclui equipamentos, instalações, funcionários envolvidos e demais materiais necessários.

b) Confiabilidade: habilidade de realizar o serviço de maneira confiável e precisa;

c) Responsividade: habilidade de fornecer o serviço conforme prometido, sempre com disposição para ajudar aos consumidores, oferecendo-lhes um atendimento imediato e eficaz para solucionar seus problemas.

d) Segurança: capacidade de transmitir segurança, confiança, cortesia e conhecimento para o cliente. Passos et al. (2013, p. 166) enfatiza ainda que esta dimensão deve apresentar a "isenção de qualquer falha, risco ou problema e se relaciona com o conhecimento e a cortesia dos funcionários e sua capacidade de inspirar confiança";

e) Empatia: habilidade de fornecer atenção individualizada aos consumidores, bem como de entender claramente suas necessidades;

Além disso, Mondo e Fiates (2013, p. 2) sustentam que "a manutenção, a atração de novos [consumidores], a redução de custos e melhoria da imagem corporativa são consequências de uma boa avaliação da qualidade em serviços".

Desta forma, evidencia-se que uma gestão eficiente da qualidade nos serviços prestados por uma organização proporciona a ela tanto a conquista do seu lugar no mercado quanto a sua permanência no mesmo (BAPTISTA; LEONARDT, 2011). Sendo assim, mediante o exposto, torna-se perceptível à funcionalidade da gestão estratégica da qualidade nos EES, que objetiva satisfazer as necessidades dos consumidores, através da melhoria contínua dos serviços oferecidos.

3.1 SATISFAÇÃO DO CONSUMIDOR

Almeida et al. (2012, p. 2),concorda com o modelo SERVQUAL, a satisfação dos consumidores com a qualidade do serviço "pode ser percebida através da comparação entre a percepção do serviço prestado e a expectativa do cliente". Assim de acordo com os autores para se satisfazer o consumidor é preciso saber ouvi-lo e assegurar ao mesmo a presença das cinco dimensões da qualidade na organização.

Outro ponto de vista interessante acerca do assunto é defendido por Cobra (2001 *apud* Baptista e Leonhardt, 2011, p. 53). Para ele:

> Além de satisfazer as necessidades dos usuários, é preciso procurar formas de encantá-los. E isso implica em identificar necessidades latentes e descobrir desejos ocultos, de forma a desenvolver produtos e serviços que atendam às necessidades. Isto posto, é preciso desenvolver serviços surpreendentes e encantadores e, por fim, comunicar esses serviços aos clientes e consumidores finais.

Em decorrência disso, satisfação dos consumidores não podem ser ignoradas, ela deve estar integrada a gestão estratégica das organizações e ligada ao constante aperfeiçoamento da qualidade dos serviços por ela prestados. Nesse contexto, torna-se relevante a preocupação com a avaliação da qualidade dos serviços oferecidos na Universidade Regional de Blumenau durante a realização das Feiras de Economia Solidária.

Assim, através da sua análise é possível estabelecer alguns indicativos sobre a qualidade dos serviços prestados, principalmente no que tange as expectativas e a percepção dos consumidores que frequentam as feiras, que por fim, proporciona tanto uma reflexão da situação atual quanto a busca de alternativas que solucionem os problemas encontrados.

Brazilian Journal of Development

4 TESTE NÃO PARAMÉTRICO: TESTE DE WILCOXON

O teste de *Wilcoxon*, para Larson e Farber (2010, p. 495), é utilizado para analisar a associação entre duas variáveis X e Y, com dados pareados no caso em que a variáveis X e Y são variáveis qualitativas ordinais. Portanto o valor numérico é desprezado e aplica-se o teste com a ordem ou postos das variáveis. Devem-se seguir os pressupostos para a realização do teste:

a) O nível de mensuração da variável deve ser ordinal;

b) As amostras são representadas em pares.

Para realizar o teste de *Wilcoxon* é necessário definir o teste de hipótese que é um processo de inferência estatística para identificar padrão de associação entre variáveis. A hipótese H_1 é uma hipótese de afirmação da existência de diferenças significativas entre grupos. Enquanto que H_0 é a hipótese que nega a existência de diferenças significativas grupos. Para o referido estudo têm-se as seguintes hipóteses:

a) H_0: não há diferença significativa entre a qualidade percebida e a qualidade desejada (expectativa);

b) H_1: há diferença significativa entre a qualidade percebida e a qualidade desejada

A regra utilizada para decidir estatisticamente por uma das hipóteses (H_0 ou H_1), envolve a comparação entre a probabilidade de significância de p_{valor} e o nível de significância α (alfa) adotado de 0,05 e admitindo um intervalo de confiança de 95%. Regra de decisão:

Se $p_{valor} \leq \alpha$, rejeita-se H_0, logo há diferença significativa

Se $p_{valor} > \alpha$, aceita-se H_0, logo não há diferença significativa

Pode-se concluir que o teste de *Wilcoxon* é para a comparação de dois grupos relacionados e a variável deve ser no nível de mensuração ordinal.

5 ESTATÍSTICA DE ORDEM: COEFICIENTE DE CORRELAÇÃO DE SPERMAN — ρ

O coeficiente ρ (rho) de *Spearman* mede a intensidade da relação entre ambas as variáveis de mensuração ordinal, pois é mais adequado por levar em consideração a ordem dos dados e não o seu valor absoluto. Desta forma quando os dados não aderem à distribuição normal devido à presença de *outliers* e, não exigindo assim que os dados provenham de duas populações normais tornando um bom teste para verificar o relacionamento entre as variáveis de estudo, (LARSON; FABER, 2010). Uma fórmula simples para calcular o coeficiente ρ de *Spearman* é dada pela Equação 3 :

Brazilian Journal of Development

$$\rho = 1 - \frac{6\sum_{i=1}^{n} d_i^2}{n^3 - n}$$

Em que n é o número de pares (Xi,) e di=(postos de Xi dentre os valores de X) - (postos dentre os valores de y).

O coeficiente ρ de *Spearman* varia entre -1 e 1. Quanto mais próximo estiver destes extremos, maior será a associação entre as variáveis. O sinal negativo da correlação significa que as variáveis variam em sentido contrário, isto é, as categorias mais elevadas de uma variável estão associadas a categorias mais baixas da outra variável.

Para a próxima sessão será apresentada a metodologia da pesquisa e as estatísticas aplicadas e mencionadas nessa unidade.

6 MÉTODO DA PESQUISA

Para a coleta de dados foi elaborado um questionário adaptado do modelo SERVQUAL, para mensurar a satisfação dos consumidores, no qual se avalia as 5 dimensões de qualidade propostas pelo modelo, por meio de 17 perguntas fechadas na escala de Likert com 7 (sete) classificações, quanto a expectativa e 17 perguntas quanto a percepção. Do questionário 6 perguntas foram direcionadas à tangibilidade, 2 perguntas à confiabilidade, 3 perguntas à responsividade, 3 perguntas à segurança e 3 perguntas à empatia de um serviço.Para análise dos dados utilizou-se a Estatística Descritiva, o Teste de *Wilcoxon* e a Correlação de *Spearman*.

A amostra utilizada no estudo foi de 139 consumidores, sendo que os questionários foram aplicados no período de 30 de setembro a 30 de outubro de 2015. Os dados foram tratados por meio do *Software Action 2.8 e SPSS 20.0.*

Segundo Barbetta (2012, p. 99) a estatística descritiva resume uma quantidade de dados para se tirar conclusões através de medidas descritivas, tais como média e desvio padrão. A média indica o centro da distribuição, enquanto que o desvio padrão mede a dispersão das observações, indicando o quanto os dados variam em torno da média.

Para a média aritmética amostral tem-se a Equação 1: $$\overline{X} = \frac{\sum_{i=1}^{n} Xi}{n}$$

Onde: n é o número de observações; X_i é o valor atribuído a cada observado de dados e $\overline{X}$ é o valor da média

Para o cálculo do desvio padrão amostral tem-se a Equação 2: $$s = \sqrt{\frac{\sum (X_i - \overline{X})^2}{n-1}}$$

Onde: S é o desvio padrão amostral; X_i é o valor atribuído a cada observação de dados; $\overline{X}$ é o valor da média

n – 1 é o grau de liberdade = número de observações - 1

Nesse estudo se pretende comparar duas amostras pareadas, levando ao teste de *Wilcoxon* e o teste de correlação de *Spearman*. A partir desses testes não paramétricos podem-se validar os dados sabendo que os mesmos são oriundos de amostras.

No que se refere aos métodos de abordagens a pesquisa se classifica como quantitativa pelo estudo e análise de testes e valores numéricos, sobre a expectativa e a percepção dos consumidores em relação aos serviços e produtos dos empreendimentos da feira de economia solidária. Segundo Larson e Farber (2010, p. 5), a análise dos dados fornece informações capaz de responder às indagações, e deve ser feita de forma criteriosa e objetiva.

Na próxima unidade será apresentada a discussão dos resultados obtidos na pesquisa.

7 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Para análise inicial dos dados será abordado a estatística descritiva, lembrando que a escala SERVQUAL utilizada na pesquisa foi de 1 a 7, e entende-se como níveis mais baixos 1 e 2 e níveis mais altos 6 e 7.

Observa-se no Quadro 2, que os resultados da estatística descritiva das variáveis das dimensões da qualidade quanto a expectativas estão para satisfeito e muito satisfeito, onde as médias das respostas atribuídas ao desejo dos consumidores estão expressas no intervalo [5,2; 6,48], atribuídos ao nível de satisfação mínimo para a questão 2, associada as instalações físicas da feira e, para a questão 9, atribuídos ao nível de satisfação máximo de 6,48, associado aos artesãos serem educados, respeitosos e simpáticos com os consumidores.

Brazilian Journal of Development

Quadro 2 – Estatísticas descritivas dos dados da pesquisa, usando a numeração de 1 a 17 para o nível de satisfação quanto à expectativa (qualidade desejada).

Pergunta	Expectativa (Média)	Expectativa (Desvio Padrão)
I - Tangibilidade		
2. As instalações físicas da Feira de Economia Solidária são excelentes e visualmente agradáveis?	5,20	1,42
3. Os produtos da Feira de Economia Solidária devem ser atualizados frequentemente?	5,61	1,44
4. Os produtos associados com o serviço prestados na Feira de Economia Solidária são excelentes?	5,78	1,26
5. A Feira de Economia Solidária deve possuir grande variedade de produtos artesanais?	5,95	1,33
6. A FES deve fazer uma divulgação dos produtos de modo que o consumidor tenha conhecimento deles?	5,90	1,36
14. A localização é de fácil acesso? Há um estacionamento próximo?	5,97	1,24
II - Confiabilidade		
1. A Feira de Economia Solidária possui excelentes feirantes?	5,72	1,23
17. Excelentes Feiras de Economia Solidária atenderão as necessidades específicas de seus consumidores?	5,65	1,33
III - Responsividade		
7. Os artesãos devem estar sempre de prontidão e dispostos a ajudar o consumidor?	6,03	1,17
8. Os artesãos devem ter conhecimento suficiente para informar os consumidores?	6,25	1,13
15. A Feira de Economia Solidária possui facilidade no contato direto com os feirantes?	5,96	1,18
IV - Segurança		
9. Os artesãos devem ser educados, respeitosos e simpáticos com os consumidores?	6,48	1,03
10. O artesão deve fornecer uma ambiente agradável (organização, limpeza, boa iluminação e segurança)?	6,22	1,23
11. A Feira de Economia Solidária deve se preocupar com a satisfação do cliente?	6,24	1,09
V - Empatia		
12. Os artesãos proporcionam o atendimento carismático?	6,04	1,20
13. O envolvimento dos feirantes em atender as necessidades individuais de cada consumidor?	5,86	1,24
16. Excelentes FE Solidária terão horários de funcionamento convenientes para todos os seus consumidores?	6,01	1,21
Geral	**5,93**	**1,24**

No que tange às variáveis das dimensões da qualidade quanto à percepção, conforme Quadro 3, estão de quase satisfeito a muito satisfeito, onde médias das respostas estão expressas no intervalo [4,04; 6,06]; atribuídos ao nível de satisfação mínimo para a questão 6, associada a divulgação dos produtos que a Feira na FURB oferece, são bem divulgados na opinião do consumidor. Na questão 2, quanto a percepção média é de 4,9 para as instalações físicas da Feira da FURB. E para o nível de satisfação de 6,06, relacionado à questão 9, os artesãos da Feira na FURB são educados, respeitosos e simpáticos com os consumidores.

Fazendo uma comparação entre as médias gerais e os desvios padrões calculado entre as expectativas e as percepções dos consumidores, (5,93; 1,24) e (5,53; 1,35) respectivamente, avalia-se que os desvios padrões entre a satisfação expectativa e a percepção dos artesãos são diferentes, ou seja, na percepção os desvios são maiores, isto caracteriza mais dispersão nas respostas em relação a expectativa. Por meio do coeficiente de variação podemos dizer que ambas as dimensões de qualidade estão na classe moderada, na expectativa - 20,91% e na percepção – 24,41%.

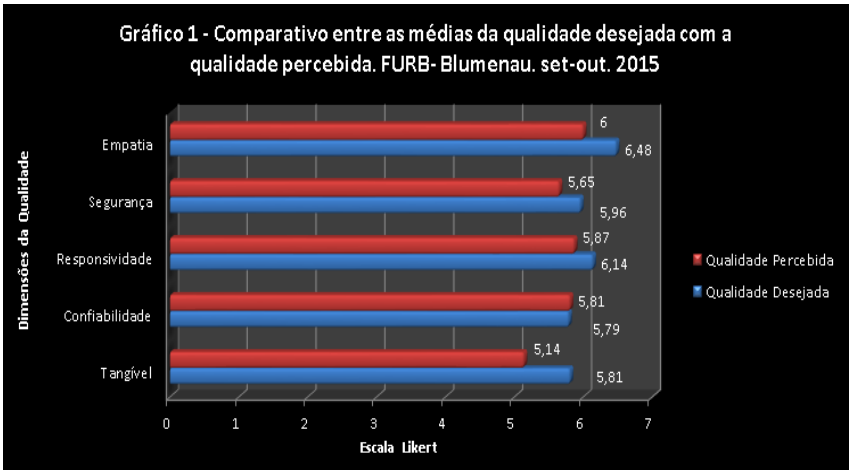
Brazilian Journal of Development

Quadro 3 – Estatísticas descritivas dos dados da pesquisa, usando a numeração de 1 a 17 para o nível de satisfação quanto à percepção (qualidade percebida).

Pergunta	Percepção (Média)	Percepção (Desvio Padrão)
I - Tangibilidade		
2. As instalações físicas da Feira da FURB são excelentes e visualmente agradáveis?	4,91	1,53
3. As novidades do mercado da área de artesanato da FES na FURB são frequentes na FURB?	5,14	1,45
4. Os produtos associados com os serviços prestados na Feira na FURB, tais como: artesãos, alimentação e outros?	5,35	1,36
5. A Feira na FURB possui uma grande variedade de produtos artesanais?	5,38	1,39
6. A divulgação dos produtos que a Feira na FURB oferece, são bem divulgados em sua opinião?	4,04	1,69
14. A localização da Feira na FURB tem acesso facilitado e possui estacionamento próximo?	5,83	1,40
II - Confiabilidade		
1. A Feira na FURB tem excelentes feirantes?	5,78	1,29
17. A FES na FURB atende as suas necessidades específicas?	5,32	1,41
III - Responsividade		
7. Os artesãos da Feira na FURB estão sempre de prontidão e dispostos a ajuda-lo?	5,88	1,21
8. Os artesãos da Feira na FURB possuem conhecimento e esclarecem as dúvidas dos consumidores?	5,86	1,24
15. Na FES da FURB os consumidores possuem facilidade no contato direto com os produtores?	5,86	1,20
IV - Segurança		
9. Os artesãos da Feira na FURB são educados, respeitosos e simpáticos com os consumidores?	6,06	1,22
10. Você considera a FES na FURB um ambiente agradável, organizado, limpo, bem iluminado e seguro?	5,35	1,57
11. A FES na FURB se preocupa com a satisfação do consumidor?	5,68	1,24
V - Empatia		
12. Na Feira na FURB os artesãos proporcionam o atendimento carismático?	5,97	1,20
13. Na Feira na FURB os artesãos se envolvem para atender as necessidades individuais de cada consumidor?	5,84	1,24
16. A FES da FURB tem horários de funcionamento convenientes para todos os seus consumidores?	5,78	1,27
Geral	**5,53**	**1,35**

O comportamento conjunto entre as médias nas dimensões da qualidade proposta na pesquisa é apresentado na Figura 2:, onde temos a linha azul indicando a qualidade percebida e a linha laranja a qualidade desejada de acordo com as dimensões de qualidade. Na linha vertical é o conceito dado pelo entrevistado na escala de 1 (Discordo Totalmente) a 7 (Concordo Totalmente).

Figura 2: Gráfico: Comparativo entre médias de dimensões qualidade desejada e qualidade percebida



Fonte: Dados da pesquisa, utilizando o *Software Action* 2.8

Conclui-se através da Figura 2 que a qualidade percebida é a maior média de 6,0 referente a dimensão empatia. Portanto os consumidores recebem atenção individual, tem boa comunicação e facilidade de contato. A média dada para a dimensão tangível é de 5,14; conceito dado para a qualidade percebida, apresentando assim melhorias quanto o aspecto físico. O gráfico também indica que as qualidades percebidas estão um pouco abaixo das qualidades desejadas, indicando um maior empenho nas dimensões de qualidades: confiabilidade, segurança e responsividade.

Verifica-se, portanto que o teste de *Wilcoxon* é importante para a validação dos resultados obtidos na estatística descritiva conforme serão apresentados na próxima seção.

7.1 TESTE DE WILCOXON

O teste de *Wilcoxon*, proposto para verificar se existe diferença significativa entre a qualidade percebida a qualidade desejada, nas respostas atribuídas pelos participantes da pesquisa com base na Tabela 1, apresentada abaixo, verifica-se que o teste de *Wilcoxon* apresentou ser significativo, ao nível de 5%, para as variáveis mencionadas, pois $p \leq 0,05$. Os resultados foram obtidos por meio da análise realizada individualmente em cada questão obtida no teste feito entre qualidade percebida e qualidade desejada.

A partir das análises realizadas, nas questões 2, 3, 4, 5 e 6 de dimensão tangível, a diferença verificada no teste apresentou ser significativo aos consumidores, em relação à qualidade desejada ser maior que a qualidade percebida, logo os consumidores acreditam no quesito melhorias futuras.

De acordo com a questão 8, referente a dimensão de qualidade na responsividade, verificou-se diferença significativa quanto a disposição e proporcionar um serviço rápido.

Nas questões 10 e 11 de dimensão segurança, verificou-se uma diferença significativa dos consumidores, sendo que a qualidade percebida é menor que a qualidade desejada.

Para a questão 17 de dimensão confiabilidade, mostrou-se uma diferença significativa entre a qualidade percebida ser menor do que a desejada.

Tabela 1 – Teste de *Wilcoxon*, quanto a significância do teste para a qualidade percebida< qualidade desejada

QUESTÃO	VARIÁVEIS	*Valor p*
2	As instalações físicas da Feira são excelentes e visualmente agradáveis?	0,023
3	Os produtos da Feira de Economia Solidária devem ser atualizados frequentemente?	0,001
4	Os produtos associados com o serviço prestados são excelentes?	0,000
5	A Feira deve possuir grande variedade de produtos artesanais?	0,000
6	A Feira deve fazer uma divulgação dos produtos de modo que o consumidor tenha conhecimento de todos os que são oferecidos na Feira?	0,000
8	Os artesãos devem ter conhecimento suficiente para informar os consumidores?	0,000
10	O artesão deve fornecer uma ambiente agradável (organização, limpeza, boa iluminação e segurança)?	0,000
11	A Feira deve se preocupar com a satisfação do consumidor?	0,000
17	Excelentes Feiras de Economia Solidária atenderão às necessidades específicas de seus consumidores?	0,019

Fonte: Dados da pesquisa obtidos do *Software Action 2.8*

Observa-se a diferença maior na qualidade percebida do que a qualidade desejada das questões1 da dimensão confiabilidade, onde 26% dos entrevistados responderam que a feira possui excelentes feirantes. Contrário à questão 8, 37% dos participantes da pesquisa consideraram que os

artesãos devem ter conhecimento suficiente do produto para informar aos consumidores, constatando assim que a qualidade percebida é maior que a qualidade desejada.

7.2 CORRELAÇÃO DE SPEARMAN

Quando os dados de duas variáveis em estudo comportam-se de forma assimétrica ou com valores discrepantes, a análise deve ser feita através do coeficiente de *Spearman*, onde se baseia na ordenação dos dados.

De acordo com a Tabela 3, da dimensão tangível, a questão 2: as instalações físicas da Feira são excelentes e visualmente agradáveis? Apresenta correlação entre a qualidade desejada e qualidade percebida devido à preocupação constante de oferecer o espaço físico adequado para a feira. Embora menos da metade dos entrevistados, 40% esteja satisfeito para muito satisfeito com o espaço oferecido em relação a qualidade percebida, 68% considerou muito importante oferecer espaço adequado para os feirantes em função da qualidade desejada.

Tabela 3 – Correlação das Variáveis de Qualidade Desejada x Qualidade Percebida

DIMENSÃO	DESEJADA	PERCEBIDA	COEFICIENTE CORRELAÇÃO	*VALOR p*
Tangível	2	19	0,562	0,0000010
	4	21	0,676	0,0000010
	14	31	0,650	0,0000010
Confiabilidade	1	18	0,593	0,0001000
Responsividade	15	32	0,515	0,0000010
Empatia	12	29	0,635	0,0000001
	13	30	0,653	0,0000001

Fonte: Dados da pesquisa obtidos do *SPSS 20.0*

Observa-se a correlação significativa de 63,5% na análise da Correlação de *Spearman*, na questão 12, da dimensão empatia, para a qualidade deseja e qualidade percebida, apresenta que os artesãos são carismáticos com aos consumidores. Para a questão 13, da dimensão empatia: O envolvimento dos artesãos em atender as necessidades individuais de cada consumidor, uma correlação de 65,30%, proporcionando uma atenção individualizada de boa comunicação com os consumidores.

Para a dimensão confiabilidade encontra-se uma moderada correlação entre as questões 1, apresentado 59,3% entre a qualidade desejada e qualidade percebida no que tange a excelentes artesãos.

8 CONCLUSÃO

Ficou evidenciada a importância do uso de instrumentos de área da engenharia da produção a fim de alcançar melhorias nos produtos e a verificação da eficácia dos já oferecidos. A excelente avaliação que a Feira recebeu, mostra como a Economia Solidária e os Empreendimentos

com o apoio da ITCP/FURB já conquistaram um grande espaço no contexto da região do Vale do Itajaí, e demonstra o potencial que o RESVI e FESB possuem.

Buscou-se mostrar a importância da qualidade em serviços, considerando a qualidade percebida versus a qualidade desejada, por meio da ferramenta SERVQUAL. Os resultados mostraram que, a qualidade dos serviços prestados e produtos comercializados na Feira de Economia Solidária em vários atributos pesquisados, estão satisfazendo as exigências dos consumidores. A maioria das dimensões apresentou no ponto de vista dos consumidores que a feira poderá delinear as áreas de atuação referentes aos seus pontos de divergência entre a expectativa e percepção dos serviços e produtos oferecidos pela feira.

Esta pesquisa contribui como um referencial teórico para futuras análises da qualidade da prestação de serviços tanto na área de Economia Solidária, como também para o trabalho em feiras. Além disto, a pesquisa foi um importante instrumento para os Empreendimentos que compõem o RESVI e FESB conhecerem a opinião de seus consumidores e, o que eles esperam de seus serviços e produtos. Assim, pode-se afirmar que a análise feita pela Estatística Descritiva, Teste de *Wilcoxon* e Correlação de *Spearman* os resultados mostraram que, no geral, a feira de economia solidária apresenta resultados satisfatórios na percepção dos consumidores, e demonstrou com a possibilidade de uma Feira de Economia Solidária dentro de uma Universidade, pode proporcionar um grande cenário para a ECOSOL, e um contexto de trocas e aprendizado.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, C. A; PSCHEIRA, C.; SELEME, R.; MULLER, S. I. M. G.; SILVA, R. G. *Percepção da qualidade no ensino superior***:** aplicação do SERQUAL no curso de graduação em engenharia de produção da UFPR.In: XL Congresso Brasileiro de Educação em Engenharia, Belém, set., 2012. Disponível em: < http://www.abenge.org.br/CobengeAnteriores/2012/artigos/104382.pdf >. Acesso em: 03fev. 2016.

ARANTES, P. P; NEVES, S. M. *Avaliação da qualidade em serviços:* análise da utilização da ferramenta SERVQUAL. In: XXXIV Encontro Nacional de Engenharia de Produção – Engenharia de Produção, Infraestrutura e Desenvolvimento Sustentável: a Agenda Brasil+10, Curitiba, PR, Brasil, out., 2014. Disponível em: <http://www.abepro.org.br/biblioteca/enegep2014_TN_STO_196_113_25449.pdf> Acesso em: 03 fev. 2016.

BAPTISTA, M. M.; LEONARDT, M. P. L. *A qualidade dos serviços prestados e a satisfação dos usuários em uma Biblioteca Universitária.*Biblioteca Universitária, Belo Horizonte, v.1, n.1, p. 50-59, jan./jun. 2011. Disponível em: <https://www.bu.ufmg.br/rbu/index.php/localhost/article/viewFile/9/14> Acesso em: 03 fev. 2016.

BARBETTA, P. A. *Estatística aplicada às ciências sociais*. 8. ed. rev. Florianópolis: Ed. da UFSC, 2012. 315 p, il.

FARIA, L. F. V.; FREITAS, A. L. P.; MOLINA-PALMA, M. A. *Qualidade em serviços sob a perspectiva dos métodos SERVQUAL e SERVPERF:* um estudo bibliométrico. GEPROS. Gestão da Produção, Operações e Sistemas, Bauru, Ano 10, n. 3, jul-set/2015, p. 53-67. Disponível em: <http://search.proquest.com/openview/7e339d96e7e7c9bcad5431d312c66abf/1?pq-origsite=gscholar > Acesso em: 03. Fev. 2016.

FITZSIMMONS, J. A.; FITZSIMMONS, M. J.*Administração de Serviços:* operações,estratégia e tecnologia de informação. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2000.

FREITAS, P. V. N.; SILVEIRA, J. A. R.; CASTRO, A. A. B. C.*Qualidade em serviços de transporte público urbano:* uma contribuição teórica. Revista Nacional de Gerenciamento de Cidades, v. 03, n. 15, p. 176-192,2015Disponívelem:<http://amigosdanatureza.org.br/publicacoes/index.php/gerenciamento_de_cidades/article/view/1034/1058> Acesso em: 03 fev. 2016.

LARSON, R.; FARBER, E. *Estatística aplicada*.4. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010. xic, 637 p, il.

GELLERT, L. J. REYES, P. C. P. SCHIOCHET, V. A relação entre o poder público e a sociedade civil: o caso da Rede de Economia Solidária do Vale do Itajaí. In: MARCHI, R. PRIM, L. ANDRADE, E. *Economia Solidária na ITCP/FURB Reflexões e Experiências em Busca da Inclusão Social***.** Blumenau: Meta, 2013

MANCE, E *A.* *Redes de Colaboração Solidária: aspectos econômico-filosófico: complexidade e libertação***.** Petrópolis, RJ : Vozes, 2002.p.23

Ministério do trabalho e emprego (MTE). *Atlas da Economia Solidária no Brasil 2005*. Brasilia : MTE, SENAES, 2006.

MONDO, T. S.; FIATES, G. G. S. *Os Modelos de Qualidade em Serviços:* mapeamento da produção científica de alto impacto para a área de administração no Brasil até 2012, motivo de preocupação para os pesquisadores de marketing? In:XXXVII Encontro da ANPAD. Rio de Janeiro, RJ, 7-11 set. 2013. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/admin/pdf/2013_EnANPAD_MKT1991.pdf> Acesso em: 03 fev. 2016.

ROBERTO, J. PACHECO, J. R. As Feiras de Economia Solidária: espaços que se expressam além da comercialização. INBARCELOS, Eronita S. RASIA, Pedro C. SILVA, Enio W**.** *Economia Solidária Sistematizando Experiências*.Ijuí : Ed. Unijuí, 2010.

PASSOS, K. G. F.; MENEGATTI, Y.; SILVA, J. M.; RADOS, G. J. V. *Avaliação da qualidade dos serviços em unidades de informação:*proposição de uma metodologia. Revista Informação & Informação, Londrina, v. 18, n. 3, p. 154 – 174, set./dez. 2013. Disponível em:<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/viewFile/10236/pdf_9> Acesso em: 03 fev.2016.

SCHIOCHET, V.*Economia Solidária e Políticas Públicas*. IPEA - Mercado de Trabalho| 40 | ago. 2009.