

APOIO A FEIRA DE ARTESANATO DE GUARAPARI

Mantuan, Victor; Bernardo, Lucas. – PET Conexões Administração/Ufes

Klippel, Christofe; Moraes, Jade; Twun, Lawrence. – PET Conexões Administração/Ufes

Resumo: 5 a 10 linhas.

Palavras-chave: Feira, artesanato, Guarapari, questionário.

Introdução

O Programa de Educação Tutorial (PET) Conexões Administração, trabalha em função do tripé acadêmico, ensino, pesquisa e extensão. Temos muitos projetos em prol da comunidade universitária e também a comunidade externa. E por muitas vezes somos procurados para auxiliar associações ou organizações que necessitam de algum tipo de ajuda que pertence a nosso caráter. No meio do ano passado fomos procurados por dois comerciantes da Feira de Artesanato de Guarapari, no qual alegaram que no período de baixa estação o movimento cai significativamente. Precisavam de ajuda para descobrir o real motivo dessa queda de movimento.

Nesse artigo trataremos de um projeto, cujo abrange a área de pesquisa e extensão. A feira de artesanato de Guarapari, também conhecida como Feira Hippie, está localizada no centro da cidade, próximo a orla da Praia da Areia Preta e lugares movimentados, como bancos e lojas.

Segundo eles, esta atua como principal meio de sustento de muitas famílias, no qual suas artes e também seus produtos alimentícios são vendidos para moradores e turistas, principalmente.

A problematização do trabalho, se dá quando os comerciantes da feira de artesanato vieram até o PET Conexões Administração para buscarem ajuda na organização e na análise do que pode ser feito para melhorar o desempenho da feira, pois a prefeitura de Guarapari transferiu o local desta. O projeto atua apoiando a feira, tendo por finalidade diagnosticar os problemas e sugerir soluções para o mesmo.

Objetivo

Este artigo tem como objetivo compreender a percepção que a população tem da Feira Hippie de Guarapari. Para isso foram traçados os seguintes objetivos específicos: 1) Análise do ambiente externo; 2) Medir a satisfação dos clientes e 3) Citar os principais pontos a serem melhorados.

Metodologia

Para o presente estudo, optou-se pelo uso da abordagem quantitativa. O método utilizado para recolher dados foi à pesquisa em campo, a partir de questionário. Estes foram aplicados na área de influência da Feira de Artesanato de Guarapari.

Ao total foram aplicados 150 questionários com 12 questões para aqueles que conheciam a feira, porém quando os entrevistados não conheciam se encerrava na questão 5. Foi adotada uma escala de 1 a 10, para avaliar a satisfação em alguns aspectos, tais como: segurança, conforto, higiene, preço, atendimento, qualidade dos produtos, aparência do local e qualidade das embalagens. A avaliação dos parâmetros foi da seguinte maneira: de 1 a 3, foi considerada como ruim; de 4 a 6 razoável; de 7 a 10, bom.

Resultados e Discussão

Independentemente do gênero, 85% das pessoas informaram que compram produtos artesanais, ou seja, a maioria das pessoas tende a comprar produtos feitos a mão.

Percebeu-se que o público que mais conhece a feira são os moradores, e que, grande parte dos turistas (39%) ainda não conhecem a feira, mostrando que muitas ações de marketing publicitário podem ser tomadas para aumentar a visibilidade entre os turistas da cidade.

Em questão de acessibilidade à feira, 93% dos respondentes consideraram a mesma de fácil acesso. Já em relação a quem sempre frequenta a feira, observou-se que cerca de 50% dos moradores raramente vão, 24% vão, mas não muito, 20% sempre que podem, já os que nunca foram são apenas 6%. Entretanto, os turistas tendem a ir mais quando estão na cidade, e aproximadamente 42% sempre que podem vão, 28% vão, mas não muito e 25% raramente vão. Podemos notar que o índice de moradores que vão a feira é muito baixo, portanto os feirantes precisam criar um atrativo para levar os moradores à feira.

Em relação ao preço, mais de 80% dos consumidores consideram como bom e apenas 3% como ruim.

Já analisando a segurança, metade da população clientela julga como boa, os turistas que avaliaram mais positivamente esse aspecto, 64% a consideram seguro. Pode-se concluir que os moradores não acham tão seguro, talvez pelo fato de morarem no local, conhecem mais sobre.

Quando estudamos o conforto, cerca de 50% dos consumidores consideram como bem confortável, porém esse número cai quando é feito um diagnóstico apenas com os moradores, pois a maioria (50%) julgam como um conforto médio.

Em relação à higiene, 22% dos moradores consideram ruim, 36% razoável e 43% consideram ótimo a higiene do local. 10% dos turistas consideram a higiene como ruim, 35% razoável e, 55% ótimo.

O grande diferencial deles é o atendimento, pois cativam a todos com sua simpatia, unanimemente é seu aspecto mais forte. E 93% de seus clientes, julgam como bom.

Os consumidores consideram que há uma boa oferta de produtos, 81% do público acredita que eles sejam variados. Já em relação a qualidade, 87% dos turistas mostram gostar do produto, e os moradores com 79%. O índice de crítico mostra que a feira tem que estar mais atenta aos próprios habitantes de Guarapari.

Em relação como o produto é mostrado ao público, ocorrem problemas tanto na aparência, quanto na embalagem. Na aparência 49% dos moradores acham ela razoável e 27% boa, já os turistas 33% consideram razoável e 60% como boa. Analisando a embalagem, 41% dos moradores acham razoável, 44% avaliam como boa, e 33% dos turistas acham a embalagem razoável e 57% a definem boa. O que evidencia o problema deles com relação a exposição da marca, tanto da feira como dos produtos em si.

Por fim, a última pergunta da discussão buscou descobrir em quais canais as pessoas conheciam a feira e foi constatado que cerca de 86% dos casos é porque a viu.

Conclusão

Através do desenvolvimento desse artigo, conseguimos diagnosticar os seguintes problemas da feira: problemas de higiene, falta de segurança, aparência da feira que prejudica a atração e retenção dos clientes, a embalagem não customizada e o principal deles que é a falta de divulgação da feira, o que acaba sendo muito prejudicial para atrair novos clientes. Todos esses problemas são ocasionados pela falta de organização da Feira em si e dos feirantes, não houve um estudo aprofundado sobre o planejamento da Feira. Os alunos integrantes do PET Conexões de Administração da UFES tiveram a oportunidade de aprender a produzir um questionário quantitativo, também tivemos a chance de aplica-los e tabular os dados utilizando o Excel, com o auxílio do nosso Tutor. Através do resultado obtido, podemos sugerir melhorias para que a feira tenha uma demanda mais regular durante o ano.

Para influenciar a demanda os feirantes podem estar utilizando a propaganda de seus produtos, com intuito de aumentar o movimento em período de baixa, pode ser criada uma página da Feira Hippie em redes sociais, com postagens dos produtos, dos eventos que estão ocorrendo e que sirva como um canal de comunicação direta com o feirante, melhorando a relação feirante-consumidor. Teria que ser acordado entre os feirantes para que haja um responsável pela pagina. E também seria muito relevante a divulgação da Feira pelos meios de comunicação da Prefeitura de Guarapari, seja por

qualquer mídia social. Outra sugestão é uma reunião mensal entre os feirantes, para que sejam deliberadas decisões de plano de ações estratégicas na Feira.

Referências

- Guimarães, Paulo Ricardo Bittencourt. Métodos Quantitativos Estatísticos./Guimarães, Paulo Ricardo Bittencourt. — Curitiba: IESDE Brasil S.A., 2008.
- Moreira, Daniel Augusto. Administração da Produção e Operações. — São Paulo, 2º Ed. CENGAGE S.A.; 2008.