



X SALÃO DE PESQUISA SETREM

SAIPS

PESQUISA PROMOVENDO DESENVOLVIMENTO

14ª SALÃO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA

12ª MOSTRA ESTADUAL DE TRABALHOS DE PESQUISA DA EDUCAÇÃO BÁSICA

12ª MOSTRA ESTADUAL DE PESQUISA DA EDUCAÇÃO PROFISSIONAL

11ª JORNADA DE PESQUISA

9ª FÓRUM DE INVENÇÕES E INOVAÇÕES TECNOLÓGICAS



Número do ISSN: 1981-2892

ANÁLISE DE SATISFAÇÃO DOS CLIENTES DE UM COMÉRCIO DE CARNE E DERIVADOS

Trabalho de: ALESSANDRA MARIA SERVI (ale.servi@yahoo.com.br),
CARINE NUNES DOS SANTOS (carinenunes89@hotmail.com), TASSIARA
BORGES DA MOTTA (bmtassi@gmail.com).

Orientado por: DOUGLAS FAORO (douglasfaoro@terra.com.br).

Sociedade Educacional Três de Maio - SETREM

Resumo

Vivemos atualmente um cenário de muita competitividade e inovações, onde os clientes exigem cada vez mais produtos que satisfaçam suas necessidades e desejos. Diante disso, a pesquisa de satisfação surge como uma forma eficiente para que as organizações conheçam os seus clientes e como eles avaliam a empresa. Sendo assim, o principal objetivo deste estudo foi realizar uma análise de satisfação dos clientes de um comércio de carnes e derivados localizado no município de Independência durante o segundo semestre de 2011. Dessa forma, desenvolveu-se uma pesquisa com 12 questões diretas e de múltipla escolha, a qual foi aplicada a 24 clientes da empresa e visou medir o grau de satisfação dos mesmos bem como realizar a interpretação dos resultados obtidos. Para desenvolver este estudo foi utilizada como metodologia a abordagem quali-quantitativa, o procedimento de pesquisa exploratória e como técnica o questionário fechado, direcionado aos clientes, contendo perguntas diretas, ambas de múltipla escolha. Analisando a satisfação dos clientes da empresa percebeu-se que a maioria das mulheres sente-se satisfeitas com a localização e o atendimento, sendo que apenas 4,16 % delas dizem-se insatisfeitas com ambos. Já o público masculino demonstra, na maioria deles, muita satisfação, tanto com o atendimento como com a localização da empresa. O maior grau de insatisfação acontece sempre com o público com renda de 6 a 8 salários mínimos. Portanto, conforme observado na análise dos dados, uma pequena parcela do público pesquisado, principalmente com uma renda mais elevada e idade entre 40 e 49 anos, mostrou-se insatisfeita com a qualidade do produto, a localização e o atendimento oferecido pela empresa. Talvez isso ocorra pela comparação que o consumidor costuma fazer entre as organizações e devido ao tamanho do município onde foi realizada a pesquisa, pois a empresa acaba tendo desvantagens quando relacionada a cidades maiores. Entretanto, ressalta-se que existe um considerável número de clientes satisfeitos, mostrando que o comércio vem atendendo as necessidades dos mesmos. Diante disso, entende-se que é de fundamental importância que as empresas conheçam primeiramente o seu cliente e as suas necessidades, para que assim possam

fornecer produtos que satisfaçam as suas expectativas e ainda torne-o fiel a organização.

Palavras chaves: Clientes, satisfação, fidelização.

Referências

BRETZKE, Miriam. Marketing de relacionamento e competição em tempo real com CRM. São Paulo: Atlas, 2000.

GÜLLICH, Roque Ismael da Costa; LOVATO, Adalberto; EVANGELISTA, Mário dos Santos. Metodologia da pesquisa - normas para apresentação de trabalhos: redação, formatação e editoração. 2 Ed. Três de Maio: SETREM, 2007.

HUSSEY, Roger; COLLIS, Jill. Pesquisa em Administração. São Paulo: Bookmann, 2005.

LAKATOS, Eva Maria; MARKONI M. de Andrade. Metodologia do trabalho científico. Atlas, São Paulo: 2001.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. Princípios de Marketing. 7ª Ed. Rio de Janeiro: LTC, 1999.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. Princípios do Marketing. 9ª Ed. São Paulo: Editora Prentice Hall, 2003.