

MUITO + GESTÃO

Anais da Semana Científica e de Extensão

Escola de Negócios - Univali
Curso de Administração
Campus de Biguaçu

Pesquisa de satisfação dos clientes da Borracharia Lopes

Patrick Lopes¹

Maria Albertina Bonin²

RESUMO

O trabalho proposto teve como principal objetivo uma pesquisa para a Borracharia Lopes, com intuito de saber quais fatores causam satisfação ou insatisfação aos clientes da Borracharia Lopes. É uma empresa que oferece serviços de conserto de pneus e derivados, localizados às margens da rodovia Mário Covas conhecida como BR 101, em Biguaçu. O cenário atual demonstra uma busca incansável por clientes tornando o dia-a-dia das empresas uma verdadeira competição, pois além de conquistar novos clientes é preciso reconquistar e manter os antigos. Estas questões trazem preocupação para a empresa que percebeu a necessidade de conhecer os fatores que causam satisfação ou insatisfação aos seus clientes. A elaboração do estudo proposto derivou do interesse do proprietário em conhecer as percepções dos clientes e, com isso melhorar seu atendimento, como também incluir novos serviços ainda não operacionalizados. A pesquisa realizada teve abordagem quantitativa e se caracteriza quanto aos fins como descritiva. Como não se tinha um cadastro e conhecimento sobre os clientes, foram entrevistados os que utilizaram os serviços da Borracharia Lopes no período de fevereiro a abril de 2018, totalizando 103 participantes. A amostra é considerada não probabilística, com enfoque intencional. A pesquisa de campo contemplou a aplicação de um questionário com os clientes da empresa e possibilitou identificar como estão sendo avaliados os serviços e atendimento oferecidos pela organização. Para consubstanciar o estudo foram também realizadas pesquisas bibliográfica e documental. A partir da tabulação de dados foram detectados pontos fortes e pontos fracos e propostas sugestões de melhorias. A pesquisa mostrou que a expressiva maioria dos clientes pertence ao gênero masculino contemplando a faixa etária de 31 a 60 anos. Sobre a escolaridade constatou-se que uma proporção expressiva tem o ensino médio completo, seguido por um número significativo com ensino superior completo. Já a renda familiar apontou que praticamente a metade recebe entre 3 e 4 salários mínimos. Sobre a ocupação profissional 37% são empregados da iniciativa privada e 26% são pessoas autônomas e os demais ficaram distribuídos em outras modalidades em menor proporção como mostra a pesquisa. Ficou constatado que, de maneira geral, os clientes se mostram satisfeitos e muito satisfeitos com relação aos itens que compuseram o questionário. Sobre o fator que causa mais insatisfação constatou-se que a forma de pagamento é mencionada por 28%, sendo que 44% dos entrevistados não indicaram nenhum aspecto. O resultado geral pode-se considerar positivo, sendo que necessita de adequações e atualizações no seu ambiente de trabalho, para obter resultados ainda melhores. Com os ajustes sugeridos no trabalho, possivelmente a empresa terá clientes mais satisfeitos e possibilitará a conquista de novos. Após análises e estudos levantados, foram ponderadas algumas ações para atingir objetivos do estudo.

Palavras-chave: Marketing, Pesquisa de Satisfação, Cliente.

¹ Acadêmico (a) do Curso de Administração, UNIVALI – Campus Biguaçu /SC.patricklopes25@hotmail.com

² Prof^ª. MSc. Orientadora, UNIVALI – Campus Biguaçu /SC. mbonin@univali.br