

A VISÃO DOS CLIENTES DO MERCADO FARROUPILHA

KLUG, Keli Mello¹; KIRINUS, Josiane Boeira²

Palavras-Chave: Satisfação. Cliente. Marketing

Introdução

O tema satisfação do cliente vem sendo estudado desde o começo do marketing. Essa pesquisa sobre satisfação do consumidor pode ser utilizada para entender melhor o comportamento do cliente. O cliente é o novo foco das organizações, mas agora ele está consciente do seu poder de compra e, com isso, está cada vez mais exigente, pois estão cada vez mais informados e com muitas opções. Se não encontram o que desejam e não forem bem atendidos num determinado estabelecimento, irão dirigir-se à loja ao lado que pode fazer de tudo para satisfazê-lo. Portanto, essas microempresas estão compreendendo que não podem dar-se ao luxo de perder clientes, pois fica cada vez mais difícil identificar os desejos e necessidades dos consumidores.

As organizações precisam se adequar às exigências do mercado com estratégias personalizadas às necessidades dos consumidores, procurando dessa forma, satisfazer seus desejos e necessidades. Avaliar o grau de satisfação do cliente não é somente aplicar os questionários para descobrir qual o seu grau de satisfação, mas sim desenvolver e colocar em prática os métodos que viabilizem a satisfação do consumidor entrevistado. Esse estudo tem o objetivo de medir a satisfação dos clientes em relação ao Mercado Farroupilha, pois os consumidores procuram empresas que ofereçam um serviço de qualidade.

O estudo sobre satisfação do cliente compreende campos como comportamento do cliente, atendimento, qualidade, deficiências deste estabelecimento comercial e foi realizado por meio de entrevistas sobre a satisfação dos consumidores, suas expectativas em relação ao serviço prestado e, principalmente, procurou apontar qual o nível de satisfação em relação ao mercado Farroupilha.

¹ Aluna do curso de administração – Universidade da Região da Campanha – São Borja – email: keliklug@hotmail.com

² Professora Orientadora – Centro de Ciências da Economia e da informática – Universidade da Região da Campanha – São Borja – email: jkirinus@hotmail.com

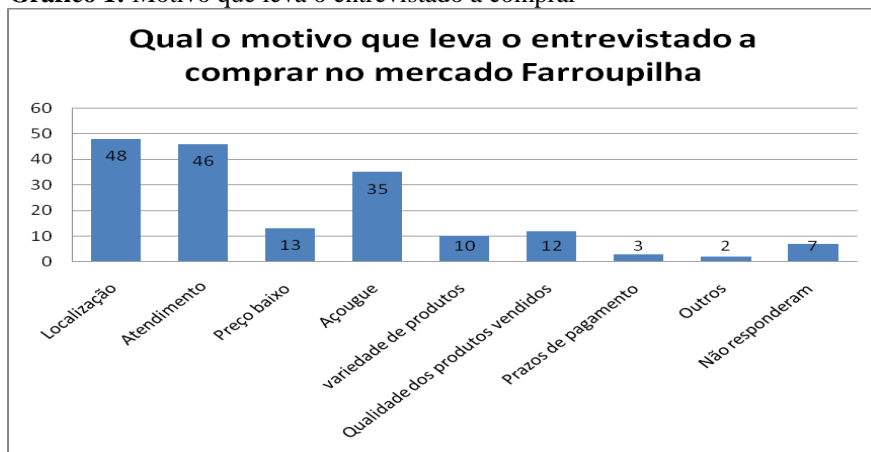
Metodologia e/ou Material e Métodos

Metodologia é o estudo (análise e descrição) detalhado de qualquer método de trabalho de pesquisa científica. A metodologia utilizada foi baseada na pesquisa exploratória que possibilitou levantamento bibliográfico sobre marketing e satisfação do cliente e possibilitou também contato com clientes através da aplicação de um questionário com questões mistas, possibilitando que o cliente aponte oportunidades de melhoria e resalte os pontos fortes do mercado. O mesmo foi aplicado durante a semana e também nos finais de semana. A população alvo deste trabalho foram 100 clientes do mercado Farroupilha da cidade de São Borja. O questionário permite identificar o perfil dos entrevistados, o motivo que leva o entrevistado a comprar no mercado e para identificar o grau de satisfação do cliente em relação aos produtos e serviços oferecidos.

Resultados e Discussões

O fator chave para o sucesso de uma organização é a satisfação do cliente. A organização que coloca em primeiro lugar a satisfação do cliente e direciona suas ações para isso, com certeza obterá sucesso. A busca pela satisfação do cliente não é uma incumbência fácil. Envolve uma pesquisa detalhada de qual mercado alvo deseja atingir, quais as carências desse mercado, o que o consumidor pensa a respeito do produto e desenvolver um programa de ações dentro da empresa para os colaboradores, pois para se alcançar a satisfação dos clientes, primeiro deve-se mostrar que esta satisfação existe dentro da empresa. Das 10 questões abordadas na pesquisa serão apresentados 3 gráficos com suas respectivas respostas.

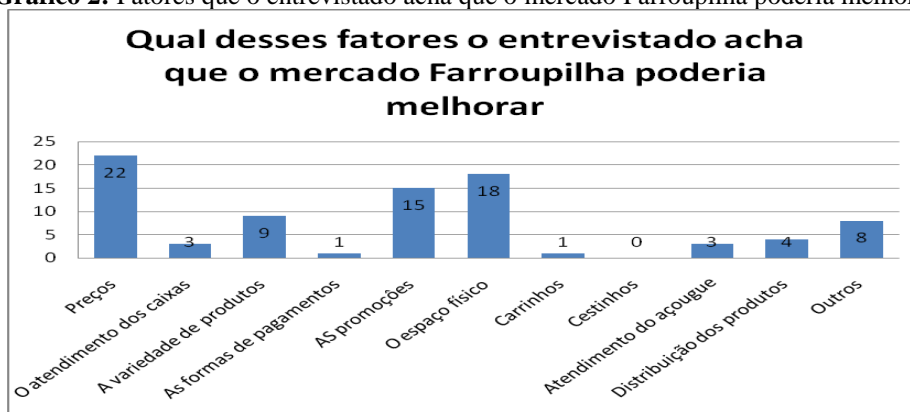
Gráfico 1: Motivo que leva o entrevistado a comprar



Fonte: dados coletados pela autora, Pesquisa 2011.

Verifica-se que 48 entrevistados compram no Mercado Farroupilha por motivo de localização, isso quer dizer que esta parcela está satisfeita com a localização do mercado. Logo após, 46 entrevistados compram pelo motivo do atendimento, com isso pode se dizer que estes entrevistados gostam do atendimento dos colaboradores do mercado. Para 35 entrevistados compram no mercado por causa do açougue; 13 pessoas compram pelos preços baixos; 12 pessoas compram pela variedade de produtos vendidos; 10 entrevistados pela qualidade dos produtos vendidos; 7 pessoas não souberam responder; 3 entrevistados pelos prazos de pagamento; 2 pessoas por outros motivos. Alguns entrevistados marcaram mais de uma opção.

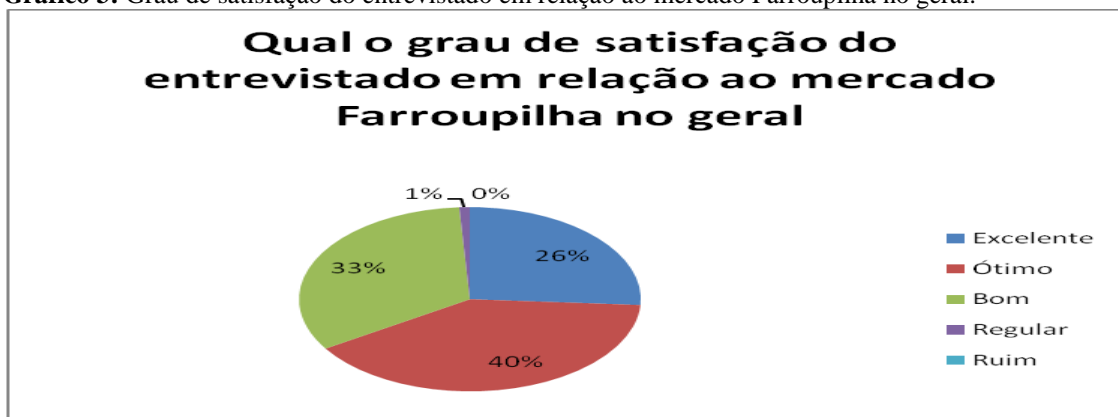
Gráfico 2: Fatores que o entrevistado acha que o mercado Farroupilha poderia melhorar.



Fonte: Elaborado pela autora no primeiro semestre de 2011

Observa-se que 22 entrevistados acham que o mercado Farroupilha poderia melhorar os preços, com isso nota-se que os clientes não estão muito satisfeitos neste item; 18 clientes não estão satisfeitos com o espaço físico do mercado, esta parcela gostaria que o mercado fosse ampliado; 15 pessoas não estão satisfeitas com as promoções, elas gostariam que tivessem mais promoções; 9 entrevistados acham que poderia ser aumentada a variedade de produtos; 8 clientes acham que outros fatores poderiam ser mudados, como: colocar mais caixas, colocar preços nas prateleiras, mais variedade de frutas e verduras, mais opções de pães, melhorar a climatização colocando ar-condicionados, baixar preços do açougue, melhorar a qualidade das frutas e verduras, diminuir o valor para a entrega à domicílio, que atualmente é oferecida ao cliente quando o valor mínimo de compras atingir a de R\$120,00 reais. Há 8 clientes que acham que outros fatores que poderiam ser melhorados.

Gráfico 3: Grau de satisfação do entrevistado em relação ao mercado Farroupilha no geral.



Fonte: dados coletados pela autora, Pesquisa 2011.

Verifica-se que 40% dos entrevistados avaliam como ótimo o mercado Farroupilha no aspecto geral e 33% dos entrevistados avaliam como bom, o que somados dá um total de 73%, que representa a grande maioria e isso significa que esses clientes estão satisfeitos com o mercado Farroupilha; 26% acha excelente; 1% acha regular e nenhum.

Conclusão

A pesquisa sobre satisfação dos clientes possibilitou a empresa saber a opinião dos clientes em relação aos produtos e serviços oferecidos pelo mercado Farroupilha e o que deve ser melhorado na empresa. Com relação ao que leva o entrevistado à comprar no mercado Farroupilha estão a localização representando 48 pessoas que responderam e logo após o atendimento por 46 pessoas. A respeito do que poderia ser melhorado no mercado Farroupilha percebe-se que esta relacionado aos preços das mercadorias. Outro ponto que deve ser dedicada uma atenção por parte dos gestores, diz respeito ao espaço físico do mercado, que encontra-se um pouco apertado para que os clientes possam andar com os carrinhos de compras pelas instalações do mercado. O grau de satisfação dos entrevistados em relação ao mercado no geral representa 40% dos entrevistados que acha que está ótimo e a parcela que acha que está regular é 1%.

Referências

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing: Análise, Planejamento, Implemento e Controle**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1998.

CHURCHILL, Gilbert A. **Marketing: criando valor para o cliente**. São Paulo: Saraiva, 2000.