

A QUALIDADE DO ATENDIMENTO NO SUPERMERCADO MARIANA

MARQUES, João Cezário Giglio¹

PALAVRAS-CHAVE: qualidade, atendimento, supermercado

A pesquisa teve como objetivo propor melhorias no atendimento ao consumidor de um supermercado de porte médio, avaliando a sua qualidade de prestação de serviços e comercialização de produtos, medidos a opinião de seus clientes no ponto de venda através de entrevistas estruturadas. A pesquisa foi feita "in loco", no momento da compra, e complementada com observações feitas em momentos de maior e de menor movimento no supermercado. Definiu os principais indicadores de qualidade e o perfil sócio-econômico de sua clientela, apontando os principais fatores que são valorizados pelos consumidores e que poderiam induzir a ações gerenciais para o aperfeiçoamento de seu negócio e estabelecimento de estratégias de marketing correspondentes. Revelou-se aí um conceito multifatorial do conceito de qualidade de atendimento, destacando-se na sua conclusão os principais, listados a seguir: a qualidade e aspecto dos hortifrutigranjeiros, o preço dos produtos, a velocidade, cordialidade e precisão do caixa, a variedade e qualidade dos produtos, a temperatura e ventilação do ambiente, o estacionamento, a limpeza do local, o atendimento da padaria e do açougue, a localização, a presença de funcionários para um esclarecimento e outros. Esta pesquisa gerou informações para a melhoria da gestão do supermercado e indicou necessidades de treinamento visando a melhoria das relações com os clientes. Outras informações relevantes para a gestão de marketing foram geradas: o sexo e a procedência dos clientes, o motivo principal de sua compra e alguns outros indicadores importantes para a gestão empresarial. O relatório de pesquisa foi apresentado para os gerentes e proprietários do supermercado e considerado como um conjunto de informações importantes para as decisões estratégicas do negócio.

¹ Docente do curso de Administração das Faculdades Integradas "Antônio Eufrásio de Toledo"