INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO PARANÁ– CAMPUS ASSIS CHATEAUBRIAND – CURSO DE TECNÓLOGO EM GESTÃO COMERCIAL

TAINARA GHIRALDI ALEXANDRE

UM ESTUDO SOBRE A SATISFAÇÃO DO CLIENTE NA EMPRESA AGROPECUÁRIA BRASIL

ASSIS CHATEAUBRIAND/PR

2022

TAINARA GHIRALDI ALEXANDRE

UM ESTUDO SOBRE A SATISFAÇÃO DO CLIENTE NA EMPRESA AGROPECUÁRIA BRASIL

Trabalho apresentado à disciplina de Elaboração de projetos como requisito parcial para obtenção do conceito do componente curricular do curso de Tecnologia em Gestão Comercial do Instituto Federal do Paraná.

Orientador (a): Prof. Drª Keyla C. A. Portela.

ASSIS CHATEAUBRIAND/PR
2022

UM ESTUDO SOBRE A SATISFAÇÃO DO CLIENTE NA EMPRESA AGROPECUÁRIA BRASIL

RESUMO: A satisfação é o resultado daquilo que se espera obter, ou seja, uma realização de contentamento**.** Este trabalho teve como objetivo analisar a percepção dos clientes a respeito do atendimento e identificar o perfil do público alvo da empresa Agropecuária Brasil. A metodologia utilizada foi a descritiva, utilizando a aplicação de um questionário, enviado para os clientes que visava coletar dados, para verificar o grau de satisfação dos clientes. Foi possível identificar que os clientes se mostraram satisfeitos, no entanto, ainda é possível melhorar em alguns quesitos como as entregas realizadas pela empresa que obteve resultados menores em relação a outros serviços prestados. Assim, os gestores da organização podem analisar e implementar algo diferente para melhor satisfazer seus consumidores.

PALAVRAS-CHAVES: Atendimento ao cliente. Satisfação. Qualidade de Produtos/serviços.

1 INTRODUÇÃO

A satisfação do cliente deve ser compreendida como se alcança suas expectativas por determinado produto ou serviço, caso o que ele almeja não seja atendido, ele estará insatisfeito.

> Satisfação do cliente é o grau de felicidade experimentada por ele. Ela é produzida por toda uma organização, por todos os departamentos, todas as funções e todas as pessoas. Entre os clientes se incluem compradores externos de bens e serviços de organização, fornecedores, a comunidade local, funcionários, gerentes e supervisores (e acionistas, se a organização for de capital aberto) (DETZEL E DESATNICK 1995, p. 8).

Quando um atendimento não corresponde com a perspectiva do consumidor, isso pode gerar um desconforto entre ambas as partes.

Segundo Cobra (2001), o cliente é a pessoa que compra regularmente de uma empresa, mas as expectativas dele com relação ao desempenho de um serviço precisam ser bem administradas para gerar um futuro de bom relacionamento. Um cliente satisfeito volta a comprar é um insatisfeito passa a falar mal do serviço recebido para os outros.

Para atingir os seus objetivos almejados as empresas necessitam buscar alternativas para um bom atendimento diferenciado e identificar o perfil alvo visando fidelizar os clientes para uma maior lucratividade e crescimento no mercado.

Neste ponto de vista, Kotler (2002) comenta que o atendimento ao cliente é uma importante ferramenta para qualquer empresa. Se feito de modo satisfatório, pode gerar a fidelização dos clientes que poderão propagar a empresa sem que ela gaste com marketing. “Os clientes satisfeitos compram novamente e contam às outras suas boas experiências. Os clientes insatisfeitos muitas vezes mudam para a concorrência e depreciam o produto aos outros” (KOTLER, 2007, p. 5).

Diante disso, foi realizado um estudo com intuito de verificar o nível de satisfação dos clientes e a qualidade do atendimento prestado pela empresa Agropecuária Brasil[1].

---

[1] Nome fictício, pois a empresa não autorizou divulgar nome verdadeiro.