

SOCIEDADE DE ENSINO SUPERIOR AMADEUS – SESA

FACULDADE AMADEUS

CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

MARIA DO SOCORRO SANTOS

QUALIDADE NO ATENDIMENTO:

UM ESTUDO NO SETOR DE LUSTRES E LUMINÁRIAS DA FERREIRA COSTA

ARACAJU – SE

2016-2

SOCIEDADE DE ENSINO SUPERIOR AMADEUS – SESA

FACULDADE AMADEUS

CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

MARIA DO SOCORRO SANTOS

QUALIDADE NO ATENDIMENTO :

UM ESTUDO NO SETOR DE LUSTRES E LUMINÁRIAS DA FERREIRA COSTA

Trabalho apresentado à disciplina de Trabalho de Conclusão do Curso de ADMINISTRAÇÃO da Faculdade Amadeus, sob a orientação do Prof. M.Sc. Cleriston Santos Silva

ARACAJU- SE

2016-2

FICHA CATALOGRÁFICA

SANTOS, Maria do Socorro.

**QUALIDADE NO ATENDIMENTO:
UM ESTUDO NO SETOR DE LUSTRES E LUMINÁRIAS DA FERREIRA COSTA**

p. 36

Monografia de Conclusão de Curso apresentada a Faculdade Amadeus, como um dos pré-requisitos para a obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Orientador: Professor Msc. Clériston Silva Santos.

1.Fidelização. 2. Satisfação. 3. Ferreira Costa. 4. Qualidade no atendimento 5. I. TÍTULO.

.

CDD 000.0000

TERMO DE APROVAÇÃO

MARIA DO SOCORRO SANTOS

QUALIDADE NO ATENDIMENTO:
UM ESTUDO NO SETOR DE LUSTRES E LUMINÁRIAS DA FERREIRA COSTA

Monografia aprovada como requisito para obtenção do grau de Bacharel no Curso de Administração da Faculdade Amadeus.

Orientador: M.sc Clériston Silva Santos

Aracaju – 2016.2

AGRADECIMENTOS

Quero agradecer primeiramente a Deus por me dar o dom da vida, aos meus pais Maria de Lurdes da Silva Santos e Jose Romão dos Santos por me darem total apoio pra concluir meus estudos e por me mostrar o caminho certo a que eu devo seguir as minhas irmãs maravilhosas que sempre me incentivaram pra que eu nunca desista dos meus sonhos, enfim a todos os professores da faculdade Amadeus que com dedicação me passaram conhecimentos, aos meus amigos e amigas da faculdade que conquistei durante esses quatro anos de academia em especial: Cibele Araujo de Oliveira, Jessica de Souza Macedo, Everton Coelho Barreto.

Enfim a todos vocês a minha eterna gratidão

RESUMO

A presente pesquisa teve como principal objetivo analisar a importância da qualidade no atendimento no setor de lustres e luminárias da empresa Ferreira Costa; Aracaju SE, propondo-se a identificar: a satisfação dos clientes quanto ao ambiente físico da loja; em relação ao atendimento ofertado; e pontos positivos e negativos da organização. Para o alcance desses objetivos foram feitas pesquisas de campo com aplicação de questionários de 11 perguntas mistas, bibliográficas e documentais. A partir deste estudo verificou-se um alto grau de satisfação por parte dos clientes entrevistados, mas isso não significa que a organização precisa estacionar em relação a isso e sim buscar mais estratégias de como manter esse cliente fidelizado e encantado. Um item a ser trabalhado com um olhar especial seria em relação ao pós venda da empresa, de acordo com os clientes entrevistados 50% responderam que deixa um pouco a desejar, pelo fato da demora e ações burocráticas do setor e sugeriram que fizessem uma estratégia para que solucionasse o transtorno causado. Mas em relação ao atendimento prestado 75% dos entrevistados se mostraram totalmente satisfeitos com o padrão de atendimento eles falaram que o atendimento prestado é um diferencial da Ferreira Costa.

Palavras-chave: Fidelização. Satisfação. Ferreira Costa. Qualidade. Atendimento.

ABSTRACT

The present research had as main objective to analyze the importance of the quality in the service and the loyalty of the clients in the sector of chandeliers and lamps of the company Ferreira Costa; Aracaju SE, proposing to identify: customer satisfaction regarding the physical environment of the store; In relation to the service offered; And positives and negatives of the organization. To achieve these objectives, field surveys were carried out with questionnaires of 11 mixed, bibliographical and documentary questions. From this study a high degree of customer satisfaction was verified, but this does not mean that the organization needs to park in relation to this, but rather to seek more strategies on how to keep this customer loyal and delighted. An item to be worked with a special look would be in relation to the exchanges made in the store, according to clients interviewed 50% responded that leaves a little to be desired, due to the delay and bureaucratic actions of the sector and suggested that they make a strategy for Solution to the disorder. But in relation to the service rendered, 75% of the interviewees were totally satisfied with Ferreira Costa's standard of care.

Keywords: Loyalty. Satisfaction. Ferreira Costa. Quality in service

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 1- ORGANOGRAMA DA EMPRESA	14
GRÁFICO 1- GÊNERO DA AMOSTRA	24
GRÁFICO 2- FAIXA ETÁRIA DOS CLIENTES	25
GRÁFICO 3- QUANTO AO CONHECIMENTO SOBRE O PRODUTO	25
GRÁFICO 4- SATISFAÇÃO COM O ATENDIMENTO DA EMPRESA	26
GRÁFICO 5- INSATISFAÇÃO COM O ATENTIMENTO PRESTADO PELA EMPRESA.....	26
GRÁFICO 6- QUANTO AO ATENTIMENTO PRESTADO	27
GRÁFICO 7- QUANTO ÀS INSTALAÇÕES FÍSICAS DA EMPRESA	28
GRÁFICO 8- QUANTO À LOCALIZAÇÃO DA EMPRESA	28
GRÁFICO 9- INDICARIA A EMPRESA.....	29
GRÁFICO 10- NOTA ATRIBUIDA AO ATENDIMENTO	29
GRÁFICO 11- SUGESTÕES DE MELHORIAS	30

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
2 CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA.....	12
Estrutura Organizacional.....	13
3 QUALIDADE NOS SERVIÇOS MOTIVANDO A SATISFAÇÃO DOS CLIENTES	16
3.1 Qualidades no atendimento: Estado da arte	16
3.2 A boa Comunicação	18
3.3 Qualidade nos Serviços	18
3.4 Marketing e retenção de clientes	19
4 METODOLOGIA	21
4.1 Instrumentos	21
4.2 Amostra.....	22
4.3 Pré-Teste	22
4.4 Coletas de dados	23
5 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS.....	24
5.1 Quanto ao perfil dos clientes.....	24
5.2 Quanto ao nível de satisfação, insatisfação e conhecimento do produto.....	25
5.3 Quanto às instalações físicas e localização da empresa	27
5.4 Quanto à indicação, nota geral e sugestões de melhorias.....	29
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	31
REFERÊNCIAS.....	33

1 INTRODUÇÃO

Este trabalho foi desenvolvido para analisar a importância da qualidade no atendimento no setor de lustres e luminárias na empresa Ferreira Costa. A satisfação dos clientes é fundamental para qualquer empresa bem sucedida, mas para que isso aconteça são necessários alguns requisitos como uma boa comunicação, um bom atendimento, uma boa postura e uma boa imagem profissional, que realmente ajuda muito na fidelização dos clientes tornando-se até um diferencial para a empresa.

Segundo Kotler e Keller (2007 p 42) “Satisfação é a sensação de prazer ou desencantamento resultante da comparação entre o desempenho ou resultado percebido de um produto e as expectativas do comprador”. Ainda segundo Kotler (2007, p 42), “se o desempenho não alcançar as expectativas, o cliente ficará decepcionado. Se o desempenho for além das expectativas, o cliente ficará altamente satisfeito ou encantado” Muitas organizações correm diariamente em busca de Vendas e conquistar o seu espaço no mercado competitivo, oferecendo produtos e serviços de qualidade.

O tema estudado é de extrema importância para que se possa medir a satisfação dos clientes e ao mesmo tempo mostrar a qualidade do atendimento no setor de lustres e luminárias. O assunto abordado contribuiu para que se possa melhor entender as necessidades dos clientes de forma clara e objetiva.

Quando um cliente recebe um bom atendimento ele se sente acolhido, satisfeito em ter a sua necessidade almejada, isso acaba se tornando um diferencial para empresa, até mesmo em tempos de crise, diante disso a organização acaba criando uma estratégia buscando sempre treinar seus colaboradores, mantê-los atualizados e motivados.

O atendimento ao cliente é um conceito aplicável a todas as organizações e a seus funcionários. Não é um conceito que deva ficar confinado à frente de atendimento em lojas, hotéis, restaurantes e companhias aéreas, o atendimento ao cliente é aplicável também ao pessoal que atende ao telefone, aos departamentos financeiros que trabalham para a organização e aos executivos que têm de apresentar um grau de liderança. (FREEMANTLE, 1994p. 15).

É neste cenário que se encontra a empresa Ferreira Costa com o seu setor de lustres e luminárias, tendo que melhorar a cada dia seu atendimento para não perder seus clientes para a concorrência. Portanto este trabalho tem fundamental relevância para que possa servir de pesquisa para estudos futuros e assim poder ampliar e disseminar conhecimentos.

Atualmente estamos vivenciando um momento de crise no nosso país, desempregos e mais desempregos empresas tendo que fechar suas portas. Diante disso, está sendo cada vez mais difícil fidelizar clientes. Chegando a essa linha de raciocínio, emerge a pergunta: qual o grau de satisfação dos clientes em relação ao atendimento prestado pela empresa no setor de lustres e luminárias da Ferreira Costa?

A empresa possui estratégias de vendas, utiliza propagandas, treina seus funcionários. Como justificativa o trabalho visa mostrar que um bom atendimento prestado com eficiência tende a ter mais satisfação de clientes assim como também a sua retenção. Este trabalho tem como principal objetivo analisar a qualidade no atendimento no setor de lustres e luminárias da empresa Ferreira Costa.

Para complementar nosso objetivo geral, tracei alguns objetivos específicos a serem apresentados:

- Verificar a satisfação dos clientes quanto ao ambiente físico da loja;
- Analisar o nível de satisfação dos clientes em relação ao atendimento ofertado;
- Mostrar os pontos positivos e negativos no processo de atendimento.

A composição desta pesquisa é formada através de seis capítulos além da introdução onde é possível averiguar que no segundo capítulo encontra-se a caracterização da empresa, dados, histórico e organograma da empresa. Já o capítulo seguinte, trago a qualidade nos serviços motivando a satisfação dos clientes, no quarto capítulo apresento as metodologias usadas para o desenvolvimento da pesquisa, no quinto capítulo, é possível verificar a análise e os resultados, sendo complementado com as considerações finais no sexto capítulo.

2 CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA

A empresa do presente estudo é o Home Center Ferreira Costa, com seu ramo de material de construção e não construção, presente em cinco cidades nordestinas, como: Recife (Tamarineira), Recife (Imbiribeira), Salvador, Garanhuns, Aracaju e em breve em Natal e João Pessoa.

Toda empresa precisa manter seu leque de produtos e serviços atualizados, de maneira que o cliente possa satisfazer suas necessidades e desejos. Assim também acontece com seus colaboradores, eles precisam sempre estar passando por vários treinamentos para que possa seguir um padrão de atendimento correto.

A organização que almeja fidelizar clientes tem total responsabilidade de passar confiança e credibilidade para seus clientes internos e externos. O cliente precisa estar em primeiro lugar, pois é ele que garante loja aberta e nossos salários pagos em dia.

➤ Dados gerais

Razão Social: Ferreira Costa

Avenida Presidente Tancredo Neves, nº 2695, bairro Inácio Barbosa – Aracaju/SE.

CNPJ: 10.230.480/0012-93

➤ Histórico da Empresa

A empresa Ferreira Costa foi fundada em 1884, em Garanhuns, pelo imigrante português João Ferreira da Costa. Passando de geração a geração a empresa é comandada hoje pelo neto fundador Cyro Ferreira da Costa, juntamente com seus filhos e netos que representam a 4^o e 5^o geração a frente de seus negócios. No início a empresa começou com um pequeno comércio com vendas de produtos agrícolas, e com a chegada da ferrovia, percebeu a expansão da cidade e resolveu expandir seu negócio. Seu público alvo são pessoas que estão construindo, reformando ou até mesmo decorando seus ambientes. Contam com uma imensa variedade de produtos com mais de 100 mil itens.

Os serviços são diversos como:

- Centro automotivo
- Cursos gratuitos
- Clube do profissional
- Lista de casamento
- Lista de presentes
- Vendas corporativas

Estrutura Organizacional

A estrutura organizacional da empresa Ferreira Costa apresenta diretoria, gerente, supervisor, setor financeiro, setor fiscal, administrativo, setor pessoal, Rh, marketing, auditoria e controladoria, vendedor, CPD, atendente, caixa, prevenção de perdas, apoio de caixa, depósito, conferente, manutenção e serviços gerais. Hierarquia é uma sequência de posições e cargos de acordo com o seu valor. Quem ocupa o topo mais alto da escala hierárquica tem poder sobre os demais. As organizações têm a sua escala de hierarquia que mostra cada tipo de cargo ocupado pelo funcionário da empresa.

É uma estrutura representada pela diretoria que estabelece tarefas e responsabilidades da organização junto com a gerência que passa aos seus colaboradores as funções para serem desenvolvidas com competência e habilidade, cumprindo assim seus objetivos e sua missão.

O organograma tem o posicionamento de hierarquia modelo, apostando nos seus funcionários com a postura profissional que ajudam no crescimento e futuro da organização. A empresa sempre busca treinar seus colaboradores para que eles se sintam capacitados e se encaixem no perfil e no cargo desejado, assim satisfeitos com seu trabalho e sempre “vestindo a camisa” da empresa.

Figura 1: Organograma

Fonte: Dados da pesquisa, 2016 elaborada pela autora.

➤ Ramos de Atividade

A empresa Home Center Ferreira Costa se encontra no ramo de comércio atacadista e varejista de construção e não construção. Com isso conta com uma vasta diversidade de produtos e serviços para atender e satisfazer as necessidades do cliente da melhor forma possível. Contando com a ajuda de 455 colaboradores, na loja de Aracaju.

Visão, Missão e Valores.

➤ Visão

Ser reconhecida como empresa modelo no segmento do atacado e varejo pelo padrão de excelência de seus serviços e pelo atendimento diferenciado oferecido aos seus clientes

➤ Missão

Excelência e qualidade em atendimento, serviços e produtos, visando à satisfação do cliente interno e externo.

➤ Valores

Honestidade, ter produto, comprometimento, resultado, competência, satisfação do cliente, valorização dos colaboradores e inovação.

➤ Recursos humanos

A empresa Ferreira Costa é considerada de grande porte, formada por 455 colaboradores, oferece benefícios entre plano de carreira, de saúde, plano odontológico, cursos gratuitos, parcerias de descontos em farmácias, faculdades, tudo isso para satisfazer e valorizar os seus colaboradores.

A organização tem a preocupação de estar sempre treinando e capacitando seus funcionários, a fim de manter seus colaboradores mais atualizados e antenados de acordo com o mercado. A cada seis meses o colaborador passa por uma avaliação de desempenho, trata-se de um feedback, mostrando detalhadamente seus pontos positivos e negativos e seus pontos de melhoria. A empresa também se preocupa em comemorar com os funcionários datas especiais como os aniversariantes do mês e confraternizações de fim de ano.

3 QUALIDADE NOS SERVIÇOS MOTIVANDO A SATISFAÇÃO DOS CLIENTES

Serão apresentados os conceitos, definições, princípios que se interligam com o objeto de pesquisa. Atualmente os clientes estão cada vez mais difíceis de agradar e fidelizar relata Kotler (2009), devido à grande quantidade de ofertas no mercado e a facilidade de obter informações, tornaram-se mais conscientes e exigentes. De acordo com o mesmo autor, hoje os consumidores não precisam sair de casa pra comprar suas necessidades, existem muitos fornecedores e várias marcas a disposição querendo ganhar o mercado, então encontrar, manter e cultivar clientes lucrativos é fundamental para manter-se no mercado competitivo.

Kotler e Keller (2006) destacam que as organizações utilizam as ferramentas de comunicação tais como: mala direta, participação de feiras de negócios, telemarketing e assim por diante. Estas atividades têm como objetivo coletar informações sobre os potenciais clientes a fim de atrair esses clientes para a primeira compra e passar para o passo seguinte, que seria sua fidelização.

Segundo os mesmos autores, a melhor maneira de reter um cliente é manter contato com ele para sugestões que poderão ser adotadas para se ter um bom relacionamento entre clientes e a organização tem que haver uma preocupação em atrair e manter novos clientes com estratégias diferenciadas. Kotler e Keller (2006, p. 16) determinam que a “satisfação do cliente deriva da proximidade entre suas expectativas e o desempenho percebido do produto.”

3.1 Qualidades no atendimento: Estado da arte

A pesquisa que envolve o estado da arte é um tema que permite mostrar a compreensão de tais explicações, tornando-se as mesmas de grande importância para a assimilação e compreensão do estudo prático do trabalho. Foram pesquisados artigos, monografias, estudo de caso sobre o tema abordado, sobre qualidade no atendimento e fidelização do cliente, visto que em vários setores, nota-se que a qualidade de seus produtos e serviços é uma origem estratégica para as empresas. De acordo com GORDON (2002, p.63),

Os clientes querem ser percebidos como únicos, eles querem produtos diversificados. De nada adianta criar estratégias para um determinado grupo de pessoas se o marketing de relacionamento exerce individual. É isso que o torna indispensável em qualquer empresa que almeja o seu destaque no mercado.

A qualidade no atendimento é a palavra chave para se chegar à satisfação do cliente. Um cliente bem atendido ele sai da loja satisfeito, falando bem da empresa e ainda indicando para outros clientes. Mas para se chegar a qualidade no atendimento é preciso muito esforço e dedicação, pois para se agradar um cliente não é tarefa fácil. No contato direto com o cliente você acaba lidando com vários tipos de humores, temperamentos, desentendimentos e personalidades diferentes, pode ser um emprego bem estressante que acaba exigindo bastante de você.

Quando se fala em qualidade no atendimento estamos nos referindo a como deixar o cliente satisfeito e que volte várias vezes na empresa. O cliente deve ser atendido da melhor forma possível, chamando-o pelo nome, tratando-o com respeito e respeitando suas opiniões. Na verdade ele espera um ótimo atendimento e que supra suas necessidades e desejos.

A empresa que pratica intimidade com o cliente pode vender qualquer coisa: “quanto mais benefícios, vantagens à organização oferecer ao cliente, mais produtos e serviços eles comprarão”. (WIERSEMA, 1996, p.78).

Já Sabatino, outro fator primordial na fidelização dos clientes é a obrigação de passar segurança daquilo que está se vendendo para o cliente. Pode-se constatar que uma das maiores necessidades do ser humano esta relacionada à segurança. Essa segurança esta relacionada ao produto ou serviço que o cliente esta adquirindo. O colaborador tem a responsabilidade de atender a todos os clientes com qualidade e respeito, pois são eles que pagam o nosso salário, como afirma Gonçalves (2006, p. 18).

O cliente é quem paga o nosso salário. Não podemos nos esquecer de que o foco de toda e qualquer empresa, é o cliente. Sem ele não há empresa, não há salário. E por falar em cliente, nem sempre ele tem razão, mas devemos tratá-lo como se tivesse, com toda calma, paciência e respeito (GONÇALVES, 2006, p.18).

3.2 A boa Comunicação

Uma boa comunicação é importante para qualquer profissional, mas saber ouvir é primordial na área de vendas. Quando se trata de clientes, estamos lidando com pessoas que procuram por suas necessidades, anseios, desejos e às vezes acolhimento. Nada melhor do que uma boa postura para saber lidar com tais situações.

Na verdade a comunicação não é o que você diz, mas o que as pessoas entendem. Conforme (ALMEIDA, 2001 p.123). “Quem atende o cliente deve ter habilidade necessária para comunicar-se bem, e de maneira adequada, compatível com o momento e a situação”.

3.3 Qualidades no Serviço

Todo Administrador deve ter uma visão holística de uma organização, pois a partir desse ponto irá trabalhar em cima de obter uma maior satisfação dos clientes, trabalhando com produtos e serviços diferenciados com qualidade. Ter maior lucratividade para a empresa, mas também está pensando na fidelização do cliente a ela (LAS CASAS, 2006).

Toda prestação de serviços poderá ser diferenciada através de um dos pés do serviço. No entanto, no setor de serviços não há nada importante do que diferenciar-se pela qualidade. A qualidade do serviço essencial, o básico de uma oferta, pode se tornar uma diferença desde que o mercado não se encontre o serviço prestado de forma satisfatória. Para Las Casas (2006, p.297),

Os serviços são intangíveis, pois são abstratos, inseparáveis, já que não se pode produzir ou estocar serviços como se faz com os bens heterogêneos porque é importante manter a qualidade do serviço constante, e simultâneo.

Ainda de acordo com mesmo autor (2006, p. 20) os serviços são atos, desempenhos e ações, que permitem que todas as pessoas próximas ao indivíduo fossem consideradas um cliente, por isso, uma empresa deve satisfazer as

necessidades, resolver problemas e fornecer benefícios a todos que com ela interagem, e isso significa considerar clientes, proprietários, como também todas as entidades de um mercado.

No entanto os clientes são capazes de impulsionar ou derrubar um negócio. Um cliente pode ser uma organização, uma empresa, um usuário de produtos, serviços ou um consumidor final. É quem compra os produtos e serviços oferecidos pela empresa na ponta final da cadeia de transações. É ele quem determina direta ou indiretamente se o negócio será bem-sucedido ou não. Por essa razão, o cliente deve ser encarado como principal patrimônio da empresa (CHIAVENATO, 2007, p.207).

3.4 Marketing e retenção de clientes

A propaganda do produto é a alma do negócio, ou seja, estamos falando do marketing, que nada mais é do que integrar valor a um determinado tipo de marca para atingir público alvo e suas necessidades. A captação e retenção de clientes utilizam-se diretamente do marketing como instrumento principal, tendo em vista o mercado altamente competitivo. A satisfação do cliente é alcançada quando se consegue conhecer e avaliar os valores que contam mais para o cliente em relação ao produto que os outros também oferecem.

É necessário avaliar o consumidor e seus desejos para conseguir identificar a melhor maneira de atendê-lo. O fato é que a maioria dos produtos e serviços está associada mais às necessidades psicológicas do que propriamente essenciais ou básicas do ser humano. E através da satisfação demonstrada pelo cliente e de sua influência junto ao meio que resultará o aumento da lucratividade da empresa, através do aumento do consumo.

A satisfação aliada ao bom atendimento é o aspecto que faz o cliente retornar, por isso, a satisfação do cliente tem que ser o motivo maior, pois estes quando satisfeitos são mais do que simples consumidores ou clientes, mas, parceiros comerciais e advogados que defendem a empresa e fazem propaganda para amigos e familiares. (KOTLER, 1998, p.65).

Portanto, oferecer serviços com qualidade, certamente, é um dos caminhos do sucesso, e está inteiramente ligada com a satisfação do consumidor. [...] “um cliente satisfeito com o prestador de serviços estará percebendo um serviço de qualidade”. (LAS CASAS, 2002, p. 89).

4 METODOLOGIA

O trecho a seguir explicita o entendimento do que é Metodologia, Método e Técnica nas palavras de Mota (2003, p.10):

A finalidade da ciência é a busca da verdade, no trato da realidade, de maneira teórica e prática. Para alcançar esse fim, colocam-se vários caminhos. E desses trata a Metodologia. Através da Metodologia estudam-se os passos através dos quais se pretende conhecer a respeito de um determinado assunto.

A metodologia mostra de que forma foi feito o trabalho e quais os procedimentos que foram utilizados. Este trabalho foi baseado em pesquisas bibliográficas e documentais como: artigos científicos e monografias que é um estudo qualitativo, seguido de aplicações feitas pelo autor da pesquisa com o objetivo de medir a qualidade e a satisfação dos clientes do setor de lustres e luminárias.

A pesquisadora levantou dados sobre a pesquisa a partir de estudo feito através de questionários com 11 perguntas mistas para clientes. Para alcançar os objetivos desse trabalho, o instrumento da pesquisa foi voltado para demonstrar a importância da satisfação do cliente na empresa Ferreira Costa, facilitando ao pesquisador uma melhor análise e coerência do seu trabalho.

4.1 Instrumentos

No questionário constaram 11 perguntas mistas, para que os clientes possam expressar suas opiniões e apontar melhorias para a organização, onde os clientes entrevistados do gênero masculino e feminino responderão de forma livre sem ter a necessidade de se identificar, com o propósito de deixar os clientes entrevistados a vontade e que suas respostas sejam satisfatórias espontâneas e claras.

A fidelização do cliente se dá não somente pelo atendimento, mas pela qualidade dos produtos e serviços oferecidos assim impedindo que o cliente migre para a concorrência e continue sempre sendo um cliente fiel. É ideal que as empresas tenham funcionários capacitados e treinados para fazer uma boa

abordagem e saber se comunicar com os clientes e realmente conhecer o que eles desejam.

4.2 Amostra

O universo e local da pesquisa foi realizado no Bairro Inácio Barbosa, em Aracaju SE, na empresa Ferreira no setor de lustres e luminárias, no mês de outubro de 2016 e a amostra foi feita com 30 clientes. O critério adotado foi por acessibilidade aos que se dispuseram a responder a pesquisa.

Nesta pesquisa foram apresentados os resultados com a coleta de dados, baseados em artigos científicos e apêndice de questionários aplicados pelo pesquisador. Sabatino (2003, p.17) diz que a maioria dos clientes demonstra ter uma classe social superior ao seu para satisfazer os seus desejos de consumo, com isso analisamos não pelo que ele é, mas pelo que pode vir a ser.

A empresa Ferreira Costa de Aracaju possui atualmente 455 funcionários fixos, sendo que no setor de lustres e luminárias compõem 8 colaboradores entre 3 vendedores, 4 atendentes e 1 supervisor. A empresa não disponibilizou a sua carteira de clientes.

4.3 Pré –Teste

Visando demonstrar uma maior confiança aos resultados, no planejamento do projeto foi passado antes um pré-teste para um cliente e assim poder avaliar o tempo gasto para responder o questionário para que não possa ficar cansativo para os outros clientes.

Para que isso acontecesse foi realizado no turno da manhã do dia 11 de outubro de 2016, a coleta do primeiro dado do questionário e assim analisar a opinião dos clientes externos em relação à qualidade no atendimento e a satisfação dos clientes. A abordagem foi de maneira que deixei o cliente bem à vontade para que ele não se sentisse pressionado. Foram gastos 7 minutos pra responder o questionário com 11 perguntas mistas.

4.4 Coletas de dados

Em relação à coleta de dados apresentados nesta pesquisa e o levantamento das necessárias informações para o andamento da pesquisa, foram coletados os dados secundários, como artigos científicos, livros, monografias. E os dados primários os questionários anexados direcionados aos clientes da empresa Ferreira Costa. O questionário é o instrumento mais usado pra fazer pesquisas quantitativas e coleta de dados. Segundo Lakatos e Marconi (2001), a coleta de dados sugere fazer rascunhos e anotações e registros ao longo da pesquisa do período investigado.

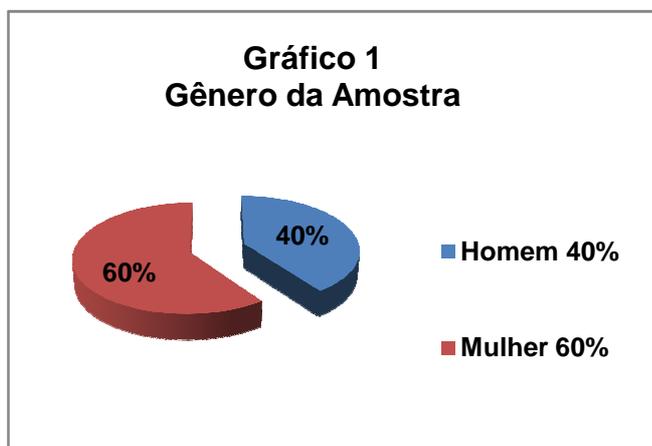
5 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Este trabalho foi realizado na empresa Ferreira Costa. Considerado o único Home Center de Aracaju, a Ferreira Costa esta localizada na Av. Presidente Tancredo Neves, 2695, no Bairro Inácio Barbosa Aracaju, Sergipe. A Ferreira costa é uma empresa que atua no segmento de construção e não construção.

A organização trabalha com aproximadamente 455 funcionários, na qual procura atender seus clientes da melhor forma possível, com o intuito de atender suas necessidades e desejos. Toda e qualquer empresa precisa de seus clientes pra sobreviver e se manter forte no mercado. Foram elaborados gráficos de acordo com os dados coletados da pesquisa. O instrumento da pesquisa foi voltado somente para o objetivo do projeto, facilitando ao pesquisador uma melhor análise, clareza e coerência de seu trabalho. A pesquisa teve como publico alvo clientes que estão em construção ou não, pessoas como físicas ou jurídicas.

A pesquisa foi aplicada e direcionada no turno da manhã de acordo com o fluxo de clientes. No inicio foi um pouco complicado a aplicação dos questionários, por conta de tempo corrido dos clientes que iam fazer suas compras. Todos os dados coletados foram analisados e comentados abaixo de acordo com as teorias estudadas neste trabalho.

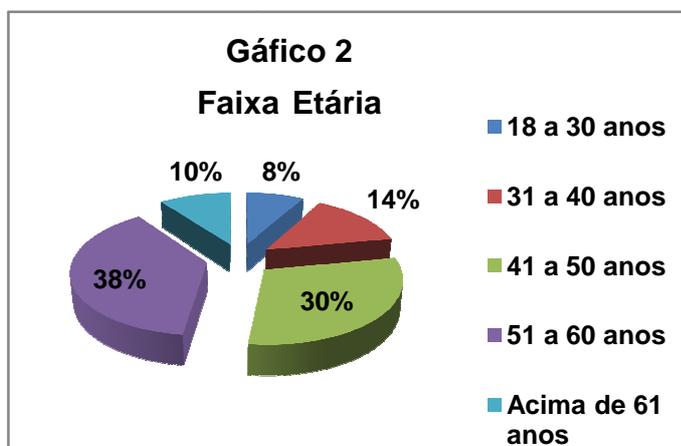
5.1 Quanto ao perfil dos clientes



Fonte: Dados da pesquisa, 2016 elaborada pela autora.

Em relação ao primeiro gráfico, os dados coletados mostram que 60% dos entrevistados compradores são mulheres e 40% são homens. Isso mostra que as

mulheres são as que mais realizam compras na Ferreira Costa no setor de Lustres e luminárias.



Fonte: Dados da pesquisa, 2016 elaborada pela autora.

De acordo com o segundo gráfico mostra que 38% dos clientes que mais compram são as pessoas que tem idade entre 51 e 60 anos.

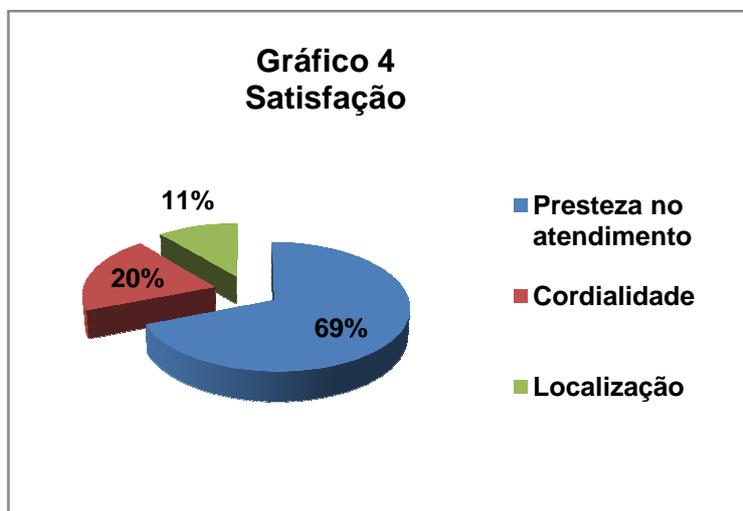
5.2 Quanto ao nível de satisfação, insatisfação e conhecimento do produto



Fonte: Dados da pesquisa, 2016 elaborada pela autora.

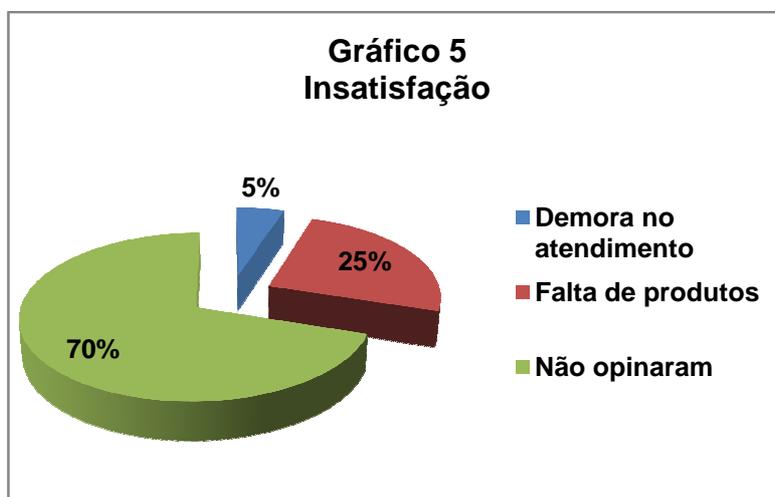
No terceiro gráfico a intenção era descobrir se realmente os atendentes e vendedores tem total conhecimento do produto vendido. De acordo com as respostas dos clientes pode-se observar que 98%, diz que os colaboradores conhecem perfeitamente os produtos de seu setor de lustres e 2% afirmam que não tem bastante conhecimento e que precisam de mais treinamentos sobre os produtos do setor.

Diante dos dados coletados percebe-se que os atendentes e vendedores estão atendendo seus clientes da melhor forma possível, explicando de forma clara cada produto oferecido para cada tipo de necessidade.



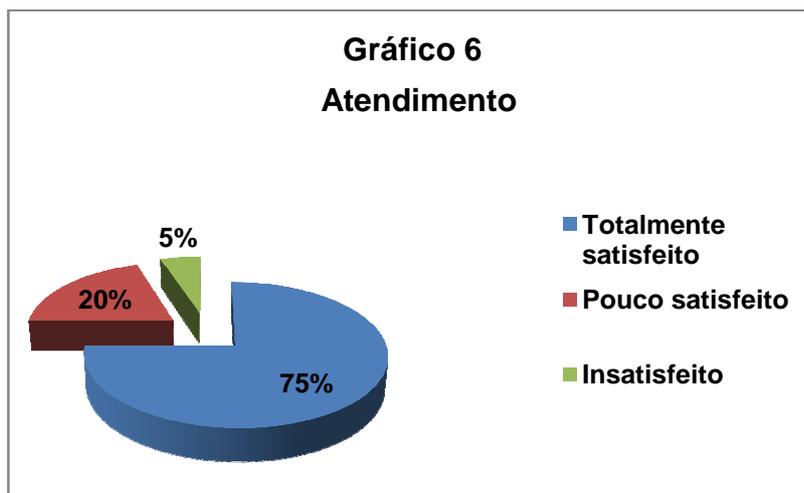
Fonte: Dados da pesquisa, 2016 elaborada pela autora.

Quanto ao gráfico quarto, a intenção é saber se o cliente está satisfeito com o atendimento da empresa. As respostas dos entrevistados revelam que 69% se mostram satisfeitos com a presteza do atendimento, 20% com a cordialidade dos atendentes e 11% disseram que está satisfeito com a localização da empresa e por encontrar tudo em um só lugar. De acordo com os dados coletados acima se verifica que a empresa está no bom caminho em relação ao atendimento prestado aos seus clientes.



Fonte: Dados da pesquisa, 2016 elaborada pela autora.

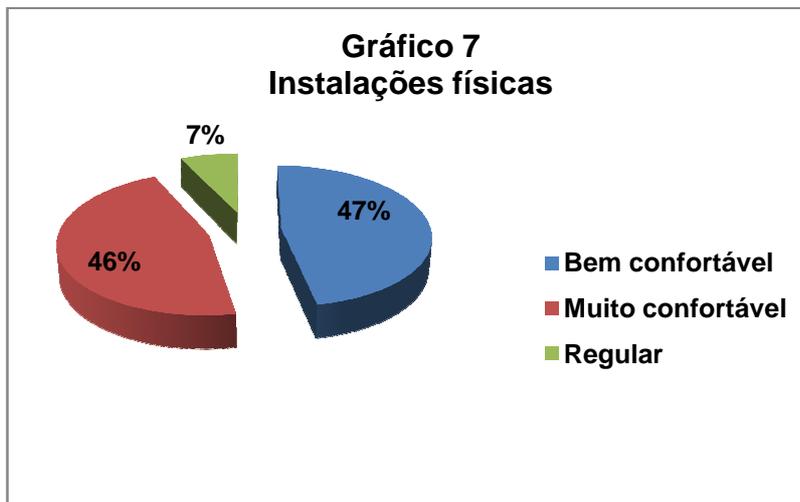
Conforme demonstra o quinto gráfico, 5% falaram da demora do atendimento, 25% da falta de produtos e 70% não quiseram avaliar a insatisfação, pois não se mostraram insatisfeitos. Diante desses dados coletados poucos clientes se mostram insatisfeitos. Isso demonstra que a Ferreira Costa está satisfazendo seus clientes e suas necessidades e que no caso da minoria tem alguns clientes que são difíceis de agradar.



Fonte: Dados da pesquisa, 2016 elaborada pela autora.

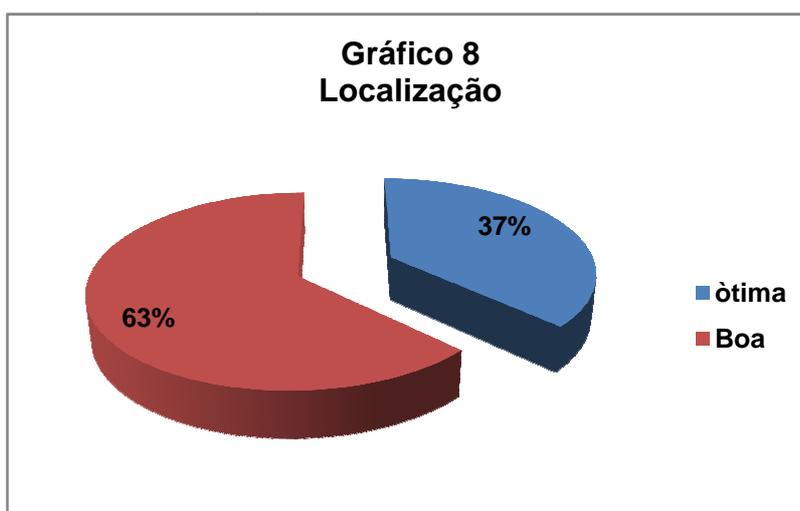
O objetivo do sexto gráfico é mostrar a satisfação com o atendimento prestado na empresa. De acordo com os entrevistados 75% responderam que estão totalmente satisfeitos com o atendimento da empresa, onde sempre foram bem atendidos e tratados com respeito. Já 20% disseram que estão pouco satisfeitos e 5% argumentaram que estão insatisfeitos com o atendimento prestado a empresa e que se deve melhorar no quesito agilidade e rapidez. Nota-se há um grande nível de satisfação em relação ao atendimento da empresa estudada.

5.3 Quanto às instalações físicas e localização da empresa



Fonte: Dados da pesquisa, 2016 elaborada pela autora.

A pergunta sobre o que os entrevistados achavam das instalações físicas da empresa, de acordo com o gráfico 7, 47% dos entrevistados disse que se sentem bem confortáveis, pois a empresa é ampla, bem arejada, limpa e traz muito conforto e comodidade. Já 46% das pessoas disseram que se sentem muito confortáveis e apenas 7% responderam regulares. Isso significa que os clientes estão satisfeitos com as instalações da organização.



Fonte: Dados da pesquisa, 2016 elaborada pela autora.

Com relação à localização como mostra no oitavo gráfico, notou-se que 63% disseram que a localização é boa e 37% afirmaram que a localização é ótima e que Aracaju estava necessitando de uma loja onde se encontrasse de tudo em um só

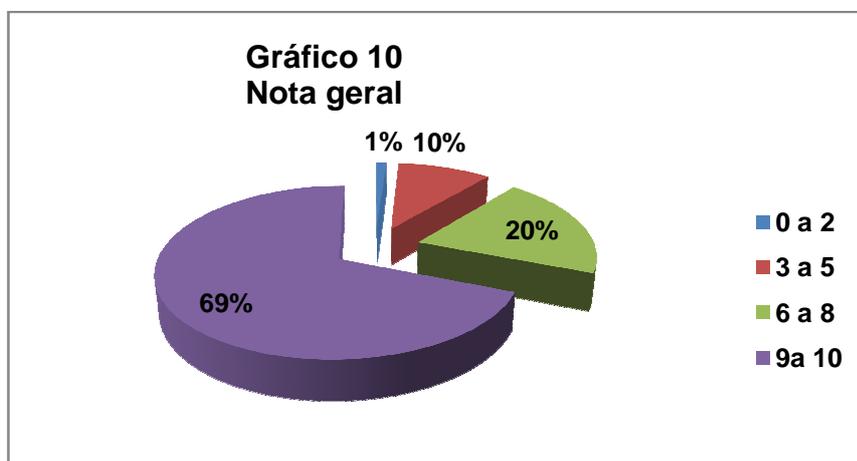
lugar. Ou seja, o único Home Center de Aracaju. Diante desse resultado nota-se que a empresa esta bem localizada, em um bairro bem populoso, com um vasto comércio por perto, favorecendo assim os bairros vizinhos.

5.4 Quanto à indicação, nota geral e sugestões de melhorias.



Fonte: Dados da pesquisa, 2016 elaborada pela autora.

Perguntado aos pesquisadores se eles indicariam a empresa a outros clientes. Com essa pesquisa mostra que 99% dos entrevistados indicariam a organização a outras pessoas, já 1% não indicaria. Diante dos dados estudados e analisados conforme os autores bibliográficos e a pesquisa, feita nota-se que os clientes estão satisfeitos com a organização, pois além de comprarem, indicariam a empresa a outras pessoas, fazendo assim uma propaganda boca-a-boca da empresa.



Fonte: Dados da pesquisa, 2016 elaborada pela autora.

Diante do que mostra no décimo gráfico a maioria dos entrevistados que foram 69% deram a maior nota de 9 a 10. Devido às notas alcançadas, verifica-se que a empresa Ferreira Costa está em ótimo caminho certo para assim expandir e fidelizar mais e mais clientes.



Fonte: Dados da pesquisa, 2016 elaborada pela autora.

Verificou-se que no décimo primeiro gráfico foi mencionado o que deveria ser melhorado na organização. 10% disseram que a rapidez no atendimento, 40% relatou que seria melhor se houvesse menos burocracia em relação ao pós venda ds empresa e 50% não quiseram opinar. Portanto sugiro que verifique melhorias e estratégias para que se possa minimizar o numero de reclamações sobre as permutas e assim deixar o cliente mais satisfeito e que retorne a organização varias vezes.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com a pesquisa realizada na Ferreira Costa foi fácil identificar que um fator importante na hora de indicar a empresa para mais clientes é a qualidade do atendimento. Nesse ponto, de acordo com a pesquisa a empresa Ferreira Costa está atendendo as expectativas dos clientes em relação ao atendimento prestado e que em alguns pontos devem ser melhorados no quesito troca de mercadorias.

Notamos nesta pesquisa que a qualidade no atendimento e a satisfação são pontos-chaves primordiais para a ascensão de qualquer organização, seja ela pequena, media ou grande Porte. E que a empresa Ferreira Costa está no caminho certo em atendimento, retenção e satisfação. Conhecendo seus clientes, estudando suas necessidades, expectativas, saber o que ele procura de um produto ou serviço, o cliente deve ser tratado com respeito, atenção e muita dedicação.

De acordo com o questionário aplicado, percebe-se que de uma forma geral que os clientes estão satisfeitos com a empresa, pois a empresa tem o seu diferencial competitivo que é o seu atendimento e sua localização privilegiada de acordo com os dados coletados através de questionários aplicados pelo autor. Conseguir alcançar essa meta não é tarefa fácil, exigem muitos estudos, pesquisas, estratégias, uma boa ação de marketing, propagandas, rádio, televisão e o popular boca-boca e varias outras formas.

Segundo Las Casas (2006), isso é um efeito multiplicador. “Onde por outro lado, clientes insatisfeitos comunicarão a sua insatisfação pelo menos nove pessoas”. É ideal que as empresas tenham funcionários capacitados e treinados para fazer uma boa abordagem e saber se comunicar com os clientes souber realmente o que eles desejam.

O marketing não é muito complicado de se entender e se aplicar, mas é preciso ter um bom conhecimento de suas ferramentas para que seja utilizado de forma correta visando à qualidade da prestação de serviço, com um trabalho sério e preocupado com a satisfação do cliente. A partir deste estudo, verificou-se um alto grau de satisfação por parte dos clientes entrevistados, mas isso não significa que a organização precisa estacionar em relação a isso e sim buscar mais estratégias de como manter esse cliente fidelizado.

Um item a ser trabalhado seria em relação às permutas, ou seja, precisamente em relação às trocas feitas na organização, pois há certa burocracia em relação ao tempo de espera do cliente, assinatura do supervisor do setor para autorizar a troca e verificação do estado do produto a ser trocado de fato que às vezes deixa o cliente um pouco frustrado. Assim, podemos concluir que a qualidade e a satisfação dos clientes é um fator muito importante para que a empresa se mantenha de pé para garantir a sua sobrevivência no mercado global.

REFERÊNCIAS

_____. **Administração de marketing**. 12 ed. São Paulo; Pearson Prentice Hall, 2007.

_____. **Qualidade total e services**: Conceitos exercicios e casos práticos. 5 ed. São Paulo : Atlas, 2006.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração**: teoria, processo e prática Chiavenato. 4 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

CHIAVENATO, Idalberto. **Princípios da administração**: O essencial em teoria geral da administração. Rio de Janeiro: Editora Elsevier.

GONÇALVES, Rosana Fa. **Postura profissional, comportamento pode pesar mais que desempenho**.1 ed. Rio de Janeiro. Qualitymark, 2006.

GORDON, Ian, Marketing de relacionamentos: estratégias, técnicas e tecnologias para conquistar clientes e mate-los para sempre. São Paulo: Futura, 2002. (Trad. de Mauro Pinheiro) p. 349

KOTLER, Philip, KELLER Kevin Lane. **Administração de marketing**, 12 ed. São Paulo: Prattice Hall, 2006.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**. 12 ed. São Paulo, 2009.

KOTLER, Philip; **Administração de marketing**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 1998.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos da metodologia científica**. 4 ed. SP: Atlas, 2001.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Marketing de serviços**. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2002.

SABATINO L. **Fidelização**: A ferramenta de marketing que promove relacionamentos duradouros com o cliente. Rio de Janeiro. Reichmann e Afonso. Editores, 2003.

WIERSEMA, Fred. **Intimidade com o cliente**: Um compromisso com os resultados de seus clients; [tradução Luis Euclides Trindade Frazão Filho]. Rio de Janeiro: Campus, 1996.

APÊNDICE

Este questionário terá finalidade somente para fins acadêmicos e pesquisa para outras pessoas para identificar a qualidade no atendimento e satisfação dos clientes do setor de lustres e luminárias da empresa Ferreira Costa. Desde já agradeço a colaboração de todos os entrevistados.

1. Gênero:

() masculino

() feminino

2. Qual a sua idade?

() 18 a 30 anos

() 31 a 40 anos

() 41 a 50 anos

() 51 a 60 anos

() Mais de 61 anos

3. Na sua avaliação os atendentes e vendedores demonstram conhecimentos sobre os produtos ofertados na organização?

() Sim

() Não . Justifique _____

4. Quais fatores lhe deixam satisfeitos com o atendimento da Ferreira Costa?

() A presteza no atendimento

() A cordialidade dos atendentes

() A localização

() Outros. Quais? _____

5. Quais fatores lhe deixam insatisfeitos com o atendimento da Ferreira Costa?

() Demora no atendimento

() A constante falta de produtos

() Não posso avaliar

() outros. Quais? _____

6. Como você avalia o ambiente físico da loja?

() bem confortável

() muito confortável

() regular

7. Em sua opinião qual o grau de satisfação do atendimento prestado pela empresa?

() Totalmente satisfeitos

() pouco satisfeito

() insatisfeito

() outros. Quais? _____

8. Quanto à localização da Ferreira Costa?

() Boa

() Ótima

() Ruim

() Outros. Quais? _____

9. Indicaria a empresa a outras pessoas?

() sim

() talvez

() não

10. Qual a sua nota para a Ferreira costa de uma forma geral?

() de 0 a 2

() de 3 a 5

() 6 a 8

() 9 a 10

11 Descreva abaixo críticas e sugestões para melhoria da Empresa Ferreira Costa no setor de Lustres e Luminárias:
