



O NÍVEL DE SATISFAÇÃO EM RELAÇÃO À QUALIDADE E AOS SERVIÇOS PRESTADOS PELOS SUPERMERCADOS

Jéssica Severino Rosa de Lourdes¹ (jessica_sr112@hotmail.com)

João da Silva Mafra²

RESUMO:

Introdução: As empresas estão inseridas em um mercado muito competitivo e o efeito disso é o crescente amadurecimento do próprio consumidor, cujo perfil é marcado pelo alto nível de consciência e exigência, isso se deve aos recursos de informações as quais eles têm acesso..

Objetivos: Identificar o nível de satisfação em relação à qualidade e aos serviços prestados por um importante segmento do comércio, que são os supermercados. **Metodologia:** O presente trabalho foi realizado a partir da pesquisa bibliográfica, buscando compreender os conceitos envolvendo as estratégias, satisfação e fidelidade, suas fontes e canais, foram livros, artigos e revistas sobre o tema em estudo. **Resultados:** A preocupação de estar servindo bem precisa ser levada em consideração, para que se apliquem técnicas para alcançar resultados positivos. A proximidade com o cliente traz informação e integração com todos os serviços e produtos oferecidos gerando uma adequação de oferta-procura e dessa forma a empresa terá um diferencial competitivo. **Considerações finais:** A presente frequência das pessoas em um supermercado não pode ser encarada de qualquer forma, sendo necessário perante a administração de empresas analisar especificamente o que deve ser realizado para manter esse comparecimento contínuo do consumidor. Dentre as situações que mais marcam a frequência de uma pessoa a um supermercado está a satisfação viabilizada pela importância que a organização disponibiliza ao cliente, e se a empresa pretende melhorar seu encontro de serviço deve necessariamente obter informações para conhecer as expectativas e necessidades de seus clientes.

Palavras-chave: Comércio. Conhecimento. Fidelidade.

¹ Graduanda do Curso de Bacharelado em Administração da Fundação Carmelitana Mário Palmério – FUCAMP.

² Orientador – Prof. Me. do Curso de Bacharelado em Administração da Fundação Carmelitana Mário Palmério – FUCAMP.

