

A satisfação de clientes de uma rede de supermercado avaliada pelo método SERVQUAL

SAMIR FAHFUZ BOUSTANY

ULBRA

JACITA MANFIO DA ROCHA

UFSC

RUDIMAR ANTUNES DA ROCHA

UFSC

RODRIGO ANTÔNIO SILVEIRA SANTOS

UFSC

Resumo: O presente artigo apresenta os resultados de uma pesquisa realizada junto a uma rede de cooperação, localizada no Vale do Rio Pardo, no Estado do Rio Grande do Sul. As associadas denominadas de **Rede Alfa de Supermercados** no estudo possuem 14 lojas de pequeno e médio porte, pertencentes ao segmento varejista de alimentos (mercados). A pesquisa foi desenvolvida, através da utilização do modelo **SERVQUAL** (PARSURAMAN *et al.*, 1988 e 1991), que permite um comparativo das percepções dos clientes em relação a qualidade dos serviços prestados pelas associadas, visando a fidelização de seus clientes e a manutenção da concorrência frente os hipermercados de modo personalizado e de proximidade com os consumidores. A coleta dos dados adotou a técnica denominada de *survey* e foram entrevistados 402 clientes de 14 lojas da **Rede Alfa**, entre os dias 28 de outubro a 30 de novembro de 2005. Os dados foram tratados de maneira predominante quantitativa, utilizando-se procedimentos estatísticos em 22 variáveis de expectativas e 22 sobre a percepção da qualidade de serviços recebidos. Conclui-se que a **Rede Alfa de Supermercados** tem conseguido êxito nas ações estratégicas de marketing de relacionamento empregadas, pois as médias das variáveis analisadas se apresentam acima do índice aceitável, com destaque para o atendimento e presteza dos atendentes.

Palavras-chave: SERVQUAL. Satisfação e Percepção de Clientes. Redes de Cooperação.

The satisfaction of customers of a supermarket network evaluated by the method SERVQUAL

Abstract: This article presents the results of a research realized together with a network of cooperation, located in the Vale do Rio Pardo, State of Rio Grande do Sul. The associates called network of Alpha Supermarkets with 14 stores of small and medium sized, belonging to the segment of retail food (markets). The research was developed, using the SERVQUAL model (PARSURAMAN *et al.*, 1988 and 1991), which allows a comparison of the perceptions of customers regarding the quality of services provided by associates, to aim the loyalty of its customers and maintain the competition in front of the hypermarkets in a personalized way and in the proximity to their consumers. Data collection adapted the technique called the survey and 402 customers of 14 stores in the Alpha Network were interviewed, between October the 28th to November the 30th, 2005. The data were processed on a predominantly quantitative way, using statistical procedures received in 22 variables of expectations and 22 on perceptions of quality of services. It is concluded that the network of Alpha Supermarkets have achieved success in the actions of strategic marketing relationship as the means value of analysed variables are presented above the acceptable rate, with emphasis on the care and speed of the attendants.

Key words: SERVQUAL. Customer satisfaction and perception. Network of Cooperation.