

Sessão 6

MARKETING E GESTÃO ESTRATÉGICA

041

A SEGMENTAÇÃO DO MERCADO DE POSTOS DE COMBUSTÍVEIS EM PORTO ALEGRE.
Karina Scheuer, Marcelo Ricardo Ferreira Ali, Carlos Theodoro Strey (orient.) (FATEC/RS).

O setor automotivo se encontra em franco crescimento, proporcionando o desenvolvimento de novas tecnologias e um alto investimento em mão-de-obra qualificada. Para realizar o atendimento da frota crescente de veículos, os postos de combustíveis, procuram inovar e agregar produtos e serviços para melhor atender seus consumidores, tornando-os, com isso, um centro de serviços. Diante da competitividade do setor, foram aplicadas as teorias de marketing em postos de combustíveis de Porto Alegre, para avaliar, cientificamente, por pesquisa de amostragem, quais são os fatores determinantes para o consumidor escolher um posto, quais serviços possuem maior importância e quais benefícios são percebidos pelos consumidores. Nesse contexto, tornou-se imprescindível o estudo da abordagem por segmentação, onde se identificou serviços e produtos necessários nos postos de combustíveis, de modo a atender aos consumidores, segmentado através da análise dos dados coletados. Nesta pesquisa, se analisou o comportamento da compra dos consumidores, por áreas na cidade de Porto Alegre, e foi observado que cada região possui características independentes. Através de uma pesquisa quantitativa exploratória e descritiva, realizada no período de 19 de abril e 10 de maio de 2008, e a tabulação dos dados realizados com a ferramenta do software SPSS foi observado que as necessidades atuais dos consumidores é ter um bom atendimento e qualidade de produto. Buscam otimizar seu tempo, querem mais vantagens com menos dinheiro e restrições na hora da compra, maior praticidade, segurança e facilidades nos meios de pagamentos e de preferência em ambientes limpos, acolhedores e com atendentes educados e a facilidade do trajeto, segmentado de acordo com cada área pesquisada.