

056

MODELAGEM DA SATISFAÇÃO DOS CLIENTES DE SUPERMERCADOS. *Ana Paula Schneider Kremer, Maria Auxiliadora Cannarozzo Tinoco, Jose Luis Duarte Ribeiro (orient.) (UFRGS).*

Esta pesquisa tem como objetivo principal a construção de um modelo de satisfação dos clientes de supermercados. Inicialmente, foi feito um levantamento do estado da arte referente às principais características e peculiaridades deste tipo de atividade e do tema modelos de satisfação. A seguir, foi realizado um trabalho aplicado, que permitiu a identificação dos determinantes que afetam a satisfação de clientes de supermercado, bem como suas relações causais. Para conduzir o estudo foram considerados nove determinantes incluídos no modelo: imagem corporativa, desejos pessoais, expectativas, emoções vivenciadas, qualidade percebida, preço, valor, confirmação de expectativas, satisfação gerada. Estes determinantes são detalhados ao longo do artigo. A escolha foi baseada no referencial teórico sobre satisfação do consumidor. O modelo de causa e efeito para satisfação do cliente do serviço avaliado foi construído a partir de uma pesquisa realizada com quarenta clientes deste tipo de serviço. Os clientes amostrados eram de ambos os sexos e possuíam nível superior completo. A condução do estudo foi realizada utilizando a análise de resíduos padronizados, avaliando-se os determinantes que afetam o tipo de serviço definido e construindo-se um modelo de relação entre os determinantes. A pesquisa possibilitou a verificação das relações existentes entre os determinantes e o desenho do modelo. A comparação do modelo obtido com outro de mesma tipologia revelou que existem semelhanças significativas, as quais confirmam a hipótese que ambos possam ser enquadrados na mesma tipologia. Porém, foram observadas algumas diferenças entre cada serviço específico, evidenciando a necessidade da construção e ajuste de modelos a cada tipo de serviço. O papel do bolsista no trabalho contemplou a aplicação do questionário, tabulação de dados, além de auxílio na análise das relações e desenho do modelo.