

**MIX DO MARKETING DE SERVIÇOS EM EMPRESA DE PEQUENO PORTE
DO RAMO DE ALIMENTOS**

Ester Das Neves Alves Da Silva (ester.n.alves.silva@gmail.com)

Andreia Luciana Da Rosa Scharmach (andreia.scharmach@ifc.edu.br)

O Mix do Marketing de serviços, também conhecido como os 8 P's - Produto, Preço, Praça, Promoção, Pessoas, Palpabilidade, Processos, Produtividade e qualidade. São utilizados para estabelecer estratégias ao ambiente organizacional, no sentido de acompanhar as constantes mudanças mercadológicas. Considerando a importância do tema e o mercado competitivo na área de alimentos, esta pesquisa teve como objetivo realizar um diagnóstico com os 8 P's do marketing de serviços, em uma lanchonete que está localizada na cidade de São Francisco do Sul, no estado de Santa Catarina- Brasil. Para tanto foi necessário: identificar na percepção dos proprietários, características que compõem os 8 P's do marketing de serviços; e analisar as características dos 8 P's no estabelecimento, objeto de estudo. A pesquisa é um estudo de caso, com abordagem qualitativa e classificação descritiva. Para identificar, na percepção dos proprietários, as características que compõem os 8 P's, foi realizada uma entrevista e o instrumento de coleta de dados foi um roteiro estruturado com 23 questões as quais abordavam os critérios dos 8 P's. Para identificar os 8 P's nas características do estabelecimento, foi utilizada a técnica de observação no local e o instrumento de coleta de dados foi um

formulário preenchido para posterior análise de conteúdo. A partir dos resultados das pesquisas, foram apontadas algumas possíveis sugestões de melhorias: Para o item “Promoção”, a sugestão seria fazer uma fachada para o estabelecimento com cores marcantes que remetem ao fast food e criar promoções específicas para cada dia da semana; Para o item “Praça”, a sugestão é a colocação de placas luminosas na entrada da rua principal para melhorar a sinalização; Para o item “Preço”, a sugestão seria elaborar algum cartão de fidelidade onde o cliente possa receber algum benefício caso consuma frequentemente nesta lanchonete; Para o item “Pessoas”, a sugestão seria realizar um curso básico, podendo ser feito através dos gestores ou em parceria com alguma instituição de ensino; Para o item “Palpabilidade”, a sugestão é organizar e sinalizar o espaço do estacionamento para otimização do local; Para o item “Processos”, a sugestão é desmembrar em etapas os procedimentos de montar e embalar os produtos para elaborar um fluxograma, a partir de então estas funções serão vistas como um processo; Para a “Produtividade e qualidade”, foi sugerido um treinamento de algum colaborador que possa substituir a chefe da cozinha em situações adversas, outra sugestão para esse item é elaborar um meio de ouvir os clientes, seja colocando uma caixa de sugestões no estabelecimento ou encaminhando uma mensagem logo após o atendimento para que ele avalie o produto e o atendimento recebido. Conclui-se que os elementos do Mix do Marketing de serviços estão presentes na lanchonete e o conceito que o proprietário tem vai ao encontro com a teoria estudada sobre os 8 P’s. Porém, alguns itens do Mix necessitam de melhorias as quais foram apontadas pela pesquisadora. A pesquisa é preliminar e recomenda-se que seja complementada com um questionário aplicado aos clientes a fim de comparar as percepções de ambos os lados.