



Título: Estratégias para melhoria contínua em empresas do ramo de eletroeletrônicos

Aluna: Jessica Campos Mota Carneiro

Orientador: Newton Narciso Pereira

RESUMO

O mercado de eletroeletrônicos, na América Latina, representa uma parcela significativa quando comparado ao mercado internacional. Dado o exposto, o corrente trabalho objetivou avaliar as estratégias comerciais adotadas pelas empresas do setor de eletroeletrônicos para manterem-se competitivas perante seus concorrentes. Neste sentido, aplicou-se um questionário aos clientes de uma empresa de pequeno porte, localizada no estado de São Paulo, visando verificar os aspectos subjetivos considerados mais importantes para os consumidores no processo decisório de compras. Adicionalmente, apontou-se sugestões de estratégias que as empresas podem adotar com a finalidade de serem mais competitivas. Percebeu-se, por meio da aplicação de questionário, que a maior parte dos consumidores da loja analisada são do sexo masculino e possuem idade inferior a 30 anos (62%). Outro fator relevante diz respeito ao fato de que o público concordou plenamente de que os produtos comercializados pela loja são de qualidade (64%) e a maioria dos indivíduos relatou terem sido bem atendidos (82%). Também observou-se que a renda média mensal da residência gira em torno de dois a três salários-mínimos, mostrando-nos que o principal público alvo do comércio é da Classe C. Dado os resultados obtidos, destacou-se a indispensabilidade da melhoria contínua no setor eletroeletrônico, no qual a demanda elástica atua, e pode ser considerado para a criação de diversas ferramentas e habilidades que atuam sistemicamente para a maximização dos lucros e redução dos custos, inclusive em pequenas e médias empresas.

Palavras-chave: empresa de eletroeletrônicos, estratégias competitivas, melhoria contínua