

AVALIAÇÃO DO SERVIÇO DE ATENDIMENTO AO CONSUMIDOR (SAC): ANÁLISE DA PERCEPÇÃO DOS USUÁRIOS

Juliana Maciel Rocha¹;

¹Instituto Federal Goiano (IF Goiano), Morrinhos, Goiás.

<http://lattes.cnpq.br/5656859523084572>

Ellen Godinho Pinto²;

²Instituto Federal Goiano (IF Goiano), Morrinhos, Goiás.

<https://lattes.cnpq.br/9494384674912493>

Wiaslan Figueiredo Martins³;

³Instituto Federal Goiano, (IF Goiano), Morrinhos, Goiás.

<https://lattes.cnpq.br/872695580461757>

Dayana Silva Batista Soares⁴;

⁴Instituto Federal Goiano, (IF Goiano), Morrinhos, Goiás.

<https://lattes.cnpq.br/2604248855944566>

Ana Paula Stort Fernandes⁵;

⁵Instituto Federal Goiano, (IF Goiano), Morrinhos, Goiás.

<https://lattes.cnpq.br/2508072167972293>

Lidiane Pereira de Oliveira Fasciani⁶.

⁶Universidade Federal de Uberlândia (UFU), Patos, MG.

<http://lattes.cnpq.br/4054111092757013>

RESUMO: O Serviço de Atendimento ao Cliente (SAC) é um instrumento de comunicação entre empresas e clientes, contribuindo diretamente para a satisfação e fidelização dos consumidores. O presente estudo teve como objetivo avaliar a percepção dos usuários em relação à qualidade do atendimento prestado pelo SAC. A pesquisa foi realizada através de um questionário estruturado aplicado a 60 participantes, abordando aspectos como perfil dos respondentes, frequência de uso, canais utilizados, motivos de contato, tempo de resposta, cordialidade, resolução de problemas e qualidade geral do atendimento. Os dados foram analisados por meio de estatística descritiva, utilizando percentuais para interpretação dos resultados. Os resultados evidenciaram predominância do sexo feminino e faixa etária de 36 a 45 anos. Observou-se que a maioria dos participantes já utilizou o SAC, com destaque

para o uso de canais digitais, especialmente o WhatsApp. Os principais motivos de contato foram reclamações e solicitação de informações. Em relação ao tempo de resposta, a maior parte dos respondentes classificou como médio, indicando oportunidade de melhoria. A resolução das demandas foi considerada satisfatória pela maioria, embora ainda haja percentual relevante de resolução parcial. Conclui-se que o SAC apresenta desempenho positivo, porém necessita de melhorias na agilidade e na efetividade da resolução das demandas.

PALAVRAS-CHAVE: Qualidade. Satisfação. Serviços.

EVALUATION OF CUSTOMER SERVICE (SAC): ANALYSIS OF USER PERCEPTION

ABSTRACT: The Customer Service Department (CSD) serves as a communication channel between companies and customers, directly contributing to customer satisfaction and loyalty. The objective of this study was to assess users' perceptions regarding the quality of service provided by the CSD. The research was conducted using a structured questionnaire administered to 60 participants, addressing aspects such as respondent profiles, frequency of use, channels used, reasons for contact, response time, courtesy, problem resolution, and overall service quality. The data were analyzed using descriptive statistics, with percentages employed to interpret the results. The results showed a predominance of female respondents and those in the 36–45 age group. It was observed that most participants had already used the SAC, with a notable preference for digital channels, especially WhatsApp. The main reasons for contact were complaints and requests for information. Regarding response time, most respondents rated it as average, indicating room for improvement. The resolution of requests was considered satisfactory by the majority, although there is still a significant percentage of partial resolutions. It is concluded that the Customer Service Center (SAC) performs well but requires improvements in the speed and effectiveness of resolving requests.

KEY-WORDS: Quality. Satisfaction. Services

INTRODUÇÃO

O Serviço de Atendimento ao Consumidor/Cliente (SAC) é um importante canal de comunicação entre empresas e clientes, sendo responsável por atender demandas relacionadas a dúvidas, reclamações e solicitações. Com a evolução tecnológica, o SAC passou a incorporar diferentes canais de atendimento, tornando-se mais ágil e acessível.

Segundo Kotler, Kartajaya e Setiawan (2021), o atendimento ao cliente é um fator estratégico que influencia diretamente na satisfação e fidelização. Além disso, o Decreto nº 11.034/2022 modernizou o SAC no Brasil, ampliando os canais e garantindo maior eficiência

no atendimento (BRASIL, 2022).

A qualidade no atendimento ao cliente tem sido amplamente discutida na literatura acadêmica como um dos fatores fundamentais para o sucesso das organizações. Em um mercado cada vez mais competitivo, a capacidade de atender às expectativas dos consumidores torna-se essencial para a fidelização e para a construção de relacionamentos duradouros entre empresa e cliente. Nesse contexto, o atendimento de qualidade não envolve apenas a oferta de produtos adequados, mas também a forma como o consumidor é tratado durante toda a experiência de compra.

Segundo Philip Kotler (2012), “a satisfação do cliente depende do desempenho percebido do produto ou serviço em relação às expectativas do consumidor”. Dessa forma, quando o desempenho supera as expectativas, o cliente tende a demonstrar maior satisfação e fidelidade à organização. Esse conceito evidencia que o atendimento ao cliente é um componente essencial na avaliação geral do serviço prestado.

No setor de alimentos e bebidas, a satisfação do cliente está diretamente associada à experiência de consumo, que envolve aspectos como qualidade do produto, ambiente do estabelecimento e eficiência no atendimento. Estudos sobre satisfação do cliente em departamentos de alimentos e bebidas indicam que o atendimento cordial e eficiente contribui significativamente para a percepção de qualidade do serviço e para a fidelização do consumidor. Nesse sentido, a qualidade do atendimento representa um fator determinante para a competitividade das empresas do setor.

Estudos reforçam a importância da qualidade no atendimento como diferencial competitivo para as organizações. Ferreira e Silva (2018) afirmam que “a qualidade no atendimento ao cliente é um dos principais fatores responsáveis pela fidelização e pela construção de uma imagem positiva da organização”. Dessa forma, empresas que investem em treinamento e capacitação de seus colaboradores tendem a oferecer um atendimento mais eficiente e satisfatório.

A literatura também aponta que o consumidor moderno apresenta comportamento mais exigente e possui maior acesso à informação, o que aumenta a necessidade de as empresas oferecerem serviços diferenciados. Nesse sentido, Santos e Oliveira (2021) destacam que “o atendimento de qualidade representa um diferencial competitivo, pois influencia diretamente a percepção do consumidor em relação à empresa”.

Dessa forma, observa-se que a qualidade do atendimento ao cliente é um elemento estratégico para organizações de diferentes setores. Tanto na iniciativa privada quanto no setor público, investir em capacitação profissional, inovação nos serviços e melhoria contínua dos processos de atendimento é fundamental para garantir a satisfação dos consumidores e promover vantagens competitivas no mercado.

OBJETIVO

Avaliar a percepção dos consumidores em relação à qualidade do Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC), analisando aspectos como canais de atendimento utilizados, tempo de resposta, cordialidade, resolução de problemas e satisfação geral, a fim de identificar pontos de melhoria e contribuir para o aprimoramento dos serviços prestados

METODOLOGIA

A pesquisa caracteriza-se como descritiva, com abordagem quantitativa. Os dados foram coletados por meio de um questionário estruturado aplicado a 60 participantes.

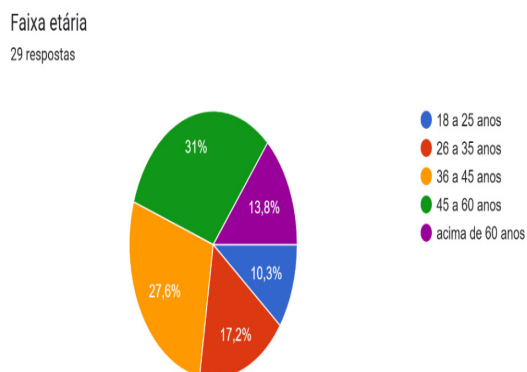
O instrumento abordou aspectos como perfil dos respondentes, frequência de uso, canais utilizados, motivos de contato, tempo de resposta, cordialidade, resolução de problemas e qualidade geral do atendimento.

Os dados foram analisados por meio de estatística descritiva, utilizando percentuais para interpretação dos resultados.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

A análise do perfil dos participantes evidenciou predominância do sexo feminino (82,8%) e maior concentração na faixa etária de 36 a 45 anos (31%), conforme a Figura 1. Esse perfil pode estar relacionado ao comportamento do consumidor contemporâneo, que, segundo Kotler, Kartajaya e Setiawan (2021), apresenta maior engajamento com serviços e canais de atendimento, especialmente em ambientes digitais.

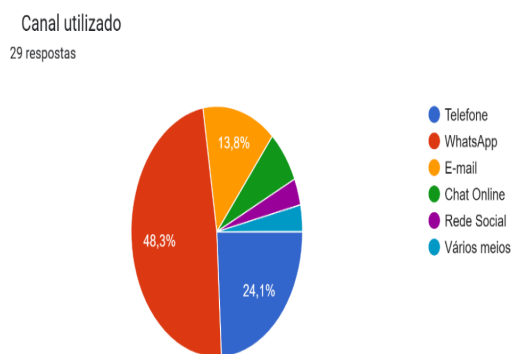
Figura 1. Faixa etária dos consumidores entrevistados.



Fonte: Autores

Na Figura 2. observou-se que 82,8% dos respondentes já utilizaram o SAC, indicando ampla adesão a esse serviço. O canal mais utilizado foi o whatsapp (48,3%), o que reforça a tendência de digitalização do atendimento ao consumidor.

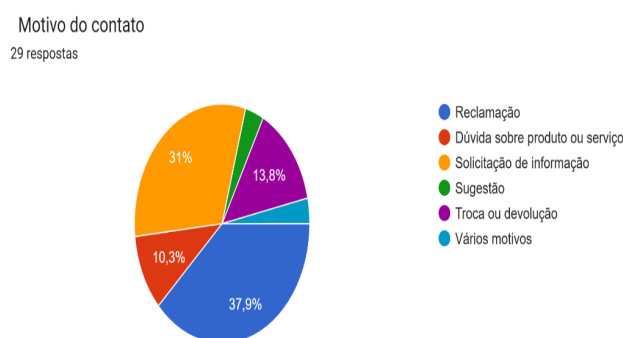
Figura 2. Canais utilizados para o uso do Serviço de Atendimento ao Cliente



Fonte: Autores

Os principais motivos de contato foram solicitação reclamações (37,9%) e solicitação de informações sobre produto ou serviços (31%), evidenciando o papel informativo do SAC, estes dados podem ser conferidos na Figura 3. Esse resultado está alinhado ao que estabelece o Brasil (2022), ao definir o SAC como um serviço destinado ao tratamento de demandas como informações, dúvidas e reclamações, reforçando sua função essencial na comunicação empresa-consumidor.

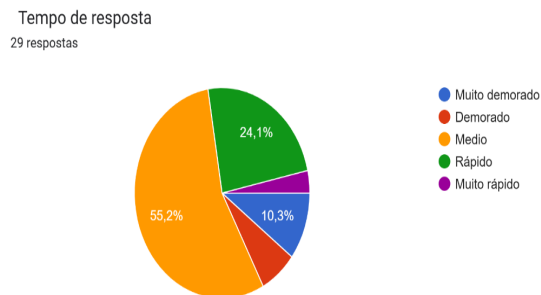
Figura 3. Principais uso dos canais de Serviço de Atendimento ao Cliente



Fonte: Autores

Em relação ao tempo de resposta, a maioria dos participantes classificou como médio (55,2%), sendo representado na Figura 4., o que indica uma oportunidade de melhoria. Segundo Lemon e Verhoef (2021), a agilidade no atendimento é um dos fatores mais relevantes para a experiência do cliente, impactando diretamente sua satisfação.

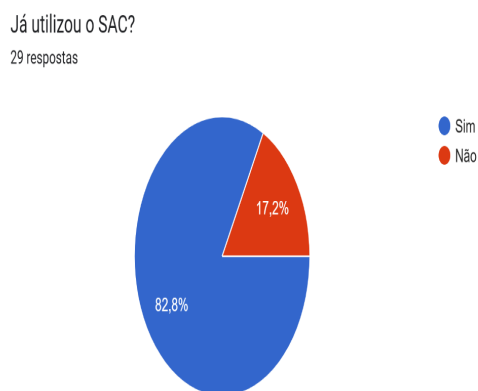
Figura 4. Análise do tempo de resposta do Serviço de Atendimento ao ConsumidorO uso



Fonte: Autores

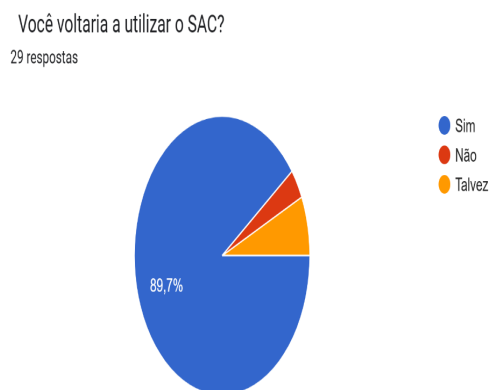
O uso do Serviço do Atendimento ao Cliente é alto 82,8% das pessoas entrevistadas usam este serviços e 89, 7 % voltariam a utilizar, de acordo com a Figuras 5 e Figura 6, respectivamente.

Figura 5. Consumidores que utilizam o Serviço de Atendimento ao Cliente



Fonte: Autores

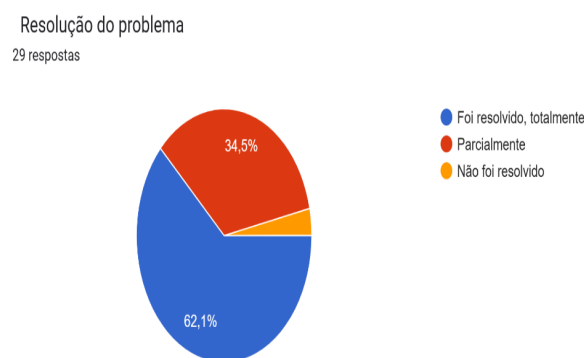
Figura 6. Percentual de consumidores que voltariam a utilizar o Serviço de Atendimento ao Cliente



Fonte: Autores

Entretanto, na Figura 7. pode-se verificar a resolução dos problemas foi de 62,1% dos respondentes afirmaram que suas demandas foram totalmente resolvidas, enquanto 34,5 % indicaram resolução parcial. Esse resultado evidencia uma lacuna na eficiência do SAC. De acordo com Lemon e Verhoef (2021), a resolução efetiva das demandas é um dos principais determinantes da satisfação e fidelização do cliente.

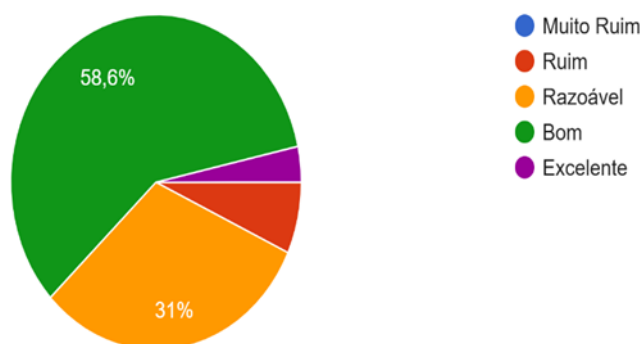
Figura 7. Nível de resolução das solicitações no Serviço de Atendimento ao Consumidor



Fonte: Autores

Apesar dessas limitações, a qualidade geral do atendimento foi considerada boa 58,6 % pela maioria dos participantes, de acordo com a Figura 8. Esse resultado pode ser explicado pelo fato de que a percepção de qualidade envolve múltiplos fatores, não apenas a resolução do problema, mas também aspectos como cordialidade e acessibilidade (KOTLER; KARTAJAYA; SETIAWAN, 2021).

Figura 8. Avaliação da qualidade do atendimento no Serviço de Atendimento ao Consumidor



Fonte: Autores

Dessa forma, os resultados indicam que, embora o SAC apresente bom desempenho em aspectos relacionados à comunicação e atendimento, ainda há necessidade de aprimoramento na eficiência da resolução das demandas e na redução do tempo de resposta. Esses achados reforçam a importância de investimentos em tecnologia, capacitação de

atendentes e integração de canais, conforme destacado por Zendesk (2023), para garantir maior satisfação e fidelização dos consumidores.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados deste estudo demonstraram que o Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC) desempenha papel relevante na relação entre empresas e consumidores, sendo amplamente utilizado pelos participantes da pesquisa. Verificou-se que os canais digitais, especialmente o WhatsApp, são os mais utilizados, evidenciando a tendência de digitalização do atendimento.

De modo geral, o atendimento foi bem avaliado, principalmente no que se refere à cordialidade e à qualidade percebida. No entanto, foram identificadas oportunidades de melhoria, especialmente relacionadas ao tempo de resposta e à resolução efetiva das demandas, aspectos fundamentais para a satisfação do cliente.

Apesar das limitações observadas, a maioria dos participantes demonstrou confiança no serviço, indicando que voltaria a utilizá-lo. Esse resultado reforça a importância do SAC como ferramenta estratégica para a fidelização dos consumidores.

Dessa forma, recomenda-se que as organizações invistam na capacitação de atendentes, na integração de canais de atendimento e no uso de tecnologias que aumentem a eficiência e a agilidade do serviço. Tais ações podem contribuir para a melhoria da experiência do consumidor e para o fortalecimento da competitividade das empresas no mercado.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Decreto nº 11.034, de 5 de abril de 2022. Dispõe sobre o Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC). **Diário Oficial da União**: seção 1, Brasília, DF, 6 abr. 2022. Disponível em: <https://www.in.gov.br>. Acesso em: 8 abr. 2026.

FERREIRA, A.; SILVA, M. A importância da qualidade do atendimento ao cliente. **Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento**, ano 3, ed. 8, v. 3, p. 5–15, 2018.

KOTLER, P.; KARTAJAYA, H.; SETIAWAN, I. **Marketing 5.0: tecnologia para a humanidade**. Rio de Janeiro: LTC, 2021.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de marketing**. 14. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.

SANTOS, L.; OLIVEIRA, P. A importância da qualidade no atendimento ao cliente: um estudo bibliográfico. **Revista Interface Tecnológica**, v. 18, n. 2, p. 320–334, 2021. DOI: <https://doi.org/10.31510/infa.v18i2.1234>.

VERHOEF, P. C.; LEMON, K. N.; PARASURAMAN, A.; ROGGEVEEN, A. L.; TSIROS, M.;

SCHLESINGER, L. A. Customer experience creation: determinants, dynamics and management strategies. **Journal of Service Research**, v. 24, n. 3, p. 258–271, 2021. DOI: <https://doi.org/10.1177/10946705211016275>.

ZENDESK, **C.X Trends 2023: relatório de tendências da experiência do cliente**. San Francisco: Zendesk, 2023. Disponível em: <https://www.zendesk.com>. Acesso em: 8 abr. 2026.