

## AVALIAÇÃO DO NET PROMOTER SCORE COMO INDICADOR DE SATISFAÇÃO NO ATENDIMENTO DE UMA EMPRESA JÚNIOR

Ana Luiza Mendes Paixão, Tatiana Coura Oliveira, Bruna Cristina dos Santos Cruz, Beatriz Carpini Maranhão

ODS 3

Pesquisa

### Introdução

A avaliação de indicadores, tal qual a satisfação dos clientes, constitui-se como prioridade na gestão de empresas comprometidas com a qualidade de seus serviços, bem como com os resultados alcançados junto a seus consumidores (Lacohee *et al.*, 2024). Nesse contexto, pesquisas de satisfação se destacam por estarem diretamente ligadas aos processos de qualidade e por se inserirem como pré-requisito para um marketing eficiente e estratégico (Pechter; Kuusik, 2024). Entre os métodos de mensuração, o Net Promoter Score (NPS) tem se consolidado como um dos indicadores mais utilizados para avaliar a lealdade e a experiência dos clientes em diferentes segmentos de mercado, fornecendo informações relevantes para o aprimoramento da gestão organizacional, embora deva-se usar cautela em sua interpretação (Lacohee *et al.*, 2024; Qualtrics, 2025).

### Objetivos

Analisar os resultados da satisfação dos clientes da Empresa Júnior MeNutri-Eficiência em Nutrição.

### Material e Métodos ou Metodologia

Trata-se de uma pesquisa documental, descritiva e de abordagem quantitativa, realizada com base na análise dos formulários eletrônicos, enviados a clientes que contrataram os serviços Menutri. A ferramenta utilizada para mensuração da satisfação foi o NPS. O NPS foi calculado a partir da seguinte pergunta-chave: “Em uma escala de 0 a 10, qual a probabilidade de você recomendar nosso atendimento a um amigo ou familiar?”. Com base nas respostas, os participantes foram classificados em três grupos: detratores (notas de 0 a 6), neutros (notas 7 e 8) e promotores (notas 9 e 10). A coleta de dados foi realizada no período compreendido entre 2023-2025.

### Apoio Financeiro



### Resultados

Entre 2023 e 2025, a MeNutri manteve o NPS em 100, demonstrando alto nível de satisfação dos clientes atendidos em serviços de rotulagem, coffee break e marketing nutricional. Em 2023, identificaram-se oportunidades de melhoria na aplicação sistemática dos formulários de avaliação. Em 2024, houve aumento no número de respostas, resultado da capacitação da equipe e padronização dos fluxos. Em 2025, o índice manteve-se máximo, associado a supervisão qualificada e treinamento da equipe, evidenciando a consolidação da gestão da qualidade dos serviços.

### Conclusões

A utilização do NPS como ferramenta de avaliação permitiu reflexões e intervenções estratégicas, resultando no aperfeiçoamento da prestação de serviços no período analisado. A experiência contribuiu significativamente para a formação profissional dos estudantes envolvidos, ao permitir a integração da gestão de indicadores às competências técnicas, de comunicação e empatia.

### Bibliografia

LACOEHE, Hazel; SOUCHON, Anne; DICKENSON, Peter; KRUG, Louise; SAFFRE, Fabrice. The Net Promoter Score interrogated through a services marketing lens: Review and recommendations for service organizations. *Journal of Services Marketing*, v. 38, n. 5, p. 605-622, 2024. Acesso em: 4 set de 2025.

PECHTER, Jonna; KUUSIK, Andres. NPS from the customer's perspective: The influence of the recent experience. *Service Industries Journal*, 2024. Acesso em: 4 set de 2025.

QUALTRICS. NPS Approaches Pre-Covid Rates. Qualtrics XM Institute, 06 fev. 2025. Disponível em: <https://www.qualtrics.com/blog/nps-approaches-precovid-rates/>. Acesso em: 4 set de 2025.