

MUITO + GESTÃO

Anais da Semana Científica e de Extensão

Escola de Negócios - Univali
Curso de Administração
Campus de Itajaí

SATISFAÇÃO DO CLIENTE: ESTUDO DA EMPRESA FESTA & CIA POR MEIO DA EMPRESA FESTA & CIA POR MEIO DA

Alexsandra Cordeiro Burigo¹

Clark Fideli Paulo²

Cristina Pereira Vecchio Balsini³

RESUMO

Este trabalho de conclusão de estágio teve como objetivo analisar o nível de importância e satisfação dos clientes da empresa Festa & Cia. Para alcançar este objetivo foram elencados os seguintes objetivos específicos: Identificar os atributos a serem avaliados na pesquisa; Descrever o perfil dos clientes da Festa & Cia; Mensurar o nível de importância e satisfação dos clientes e Classificar os atributos de acordo com a Matriz de Atributos. A metodologia deste trabalho foi quantitativa para a realização da pesquisa diagnóstica. O modelo usado para analisar o nível de satisfação dos clientes foi a Matriz de Atributos de Albrecht e Bradford (1992). Para resultar na Matriz de Atributos, que segundo Albrecht (1992) faz a relação da importância e a satisfação de um certo atributo de acordo com o ponto de vista do cliente, foi necessário identificar os atributos a serem avaliados pelos clientes, na qual 24 atributos foram identificados. Destes 24 atributos 16 foram obtidos por meio de questionários com perguntas abertas feitos as sócias proprietárias, ao gerente comercial e de produção, ao vendedor, ao entregador e aos clientes. Ainda foram inseridos 8 atributos pelos acadêmicos. Após a identificação dos atributos foi elaborado um questionário com 32 perguntas fechadas e uma aberta, aplicado com um total de 122 clientes. Com os dados coletados e tabulados, foi possível analisar a percepção dos clientes, verificando o nível de importância e satisfação sobre os atributos. No gráfico da Matriz de Atributos os atributos foram alocados em quatro quadrantes e na Zona Cinzenta. Os resultados demonstraram que os clientes identificaram a maior parte dos atributos no quadrante A - Força Competitiva - porém também houveram atributos alocados nos demais quadrantes e na Zona Cinzenta, nos quais os acadêmicos sugeriram ações para a empresa.

Palavras-chave: Satisfação do cliente. Pesquisa de satisfação. Matriz de Atributos.

¹ Acadêmico (a) do Curso de Administração, UNIVALI – Campus Itajaí /SC.alexandra_burigo@hotmail.com

² Acadêmico (a) do Curso de Administração, UNIVALI – Campus Itajaí/SC.clarkfideli@gmail.com

³ Prof^a. Msc. Orientadora, UNIVALI – Campus Itajaí/SC. crisbalsini@hotmail.com