

## PESQUISA DE SATISFAÇÃO DE CLIENTES DA EMPRESA CAMARIM DA BELEZA

Débora Oliveira Miranda <sup>1</sup>

Evelize Mara de Souza Gomes Martins <sup>2</sup>

### RESUMO

O presente trabalho tem por objetivo analisar a satisfação das clientes da empresa Camarim da Beleza, localizada no bairro Fazenda da Armação, em Governador Celso Ramos. Para fundamentar a pesquisa, foram utilizados conceitos apresentados na literatura relacionados ao marketing, marketing de relacionamento, prestação de serviços e satisfação de clientes. A pesquisa utiliza abordagem quantitativa e qualitativa, porém há predominância da abordagem quantitativa. Quanto aos fins é uma pesquisa exploratória e descritiva e quanto aos meios trata-se de um levantamento, estudo de caso e pesquisa bibliográfica. Utiliza uma amostra de 96 clientes para a coleta dos dados primários, através de questionário com perguntas objetivas e discursivas. Coletam-se dados sobre o perfil e nível de satisfação de clientes por meio do modelo proposto por Ganesi e Corrêa (1996), que sugeriram as variáveis: tangíveis, consistência, competência, velocidade no atendimento/atmosfera, flexibilidade, credibilidade/segurança, acesso e custo. Para que não houvesse erros na pesquisa, foi realizado um pré-teste com as clientes nas dependências da empresa, onde os critérios residiam aos mesmos das clientes que iriam participar da pesquisa. Em relação ao perfil das clientes que participaram da pesquisa constatou-se que em sua maioria são mulheres com idade entre 18 a 25 anos, solteiras, concluíram o ensino superior, são profissionais liberais, possuem uma renda familiar de 3 a 4 salários mínimos e residem no bairro da Armação da Piedade – Governador Celso Ramos. Em relação aos fatores causadores de satisfação e insatisfação, as clientes, de uma maneira geral, apontaram estar satisfeitas com relação aos serviços oferecidos pelo Camarim da Beleza. Os aspectos mais satisfatórios a serem destacados foram os fatores ligados às variáveis tangíveis, que constituem-se pelo conforto da sala de espera, climatização do ambiente, modernidade dos equipamentos utilizados e limpeza dos ambientes. Fatores como atendimento, receptividade das funcionárias, respeito e formas de pagamento também foram avaliados de forma positiva. Segundo as clientes, os pontos a serem melhorados são o tempo de realização do serviço, cumprimento do horário marcado, flexibilidade dos horários, disponibilidade de estacionamento e o serviço a domicílio. Para que a empresa possa melhorar os fatores avaliados negativamente pelas clientes, foi realizado um plano de ação utilizando a ferramenta 5W2H.

Palavras-chave: Satisfação de clientes. Pesquisa de satisfação. Marketing.

<sup>1</sup>Acadêmica do curso de Administração, UNIVALI – Biguaçu/SC. deboramiranda@hotmail.com

<sup>2</sup>Professora orientadora, UNIVALI – Biguaçu/SC. evelizemartins@univali.br