

## AVALIAÇÃO E PERCEPÇÃO DOS CLIENTES SOBRE O ANÁLISE DA SATISFAÇÃO DOS CLIENTES PERANTE OS SERVIÇOS PRESTADOS PELA EMPRESA RECRYARTE

MAIARA VIRTUOSO GONÇALVES <sup>1</sup>

AYRTON SANTOS DE QUEIROZ <sup>2</sup>

### RESUMO

Atualmente, as pessoas estão cada vez mais em busca de conciliar o seu tempo entre os diversos afazeres do dia a dia, como a criação dos filhos, e ainda ter diversas responsabilidades no seu ambiente de trabalho. Diante deste cenário que a empresa Recryarte foi fundada, para dar suporte de educação e lazer para seus consumidores. A empresa Recryarte atua no mercado de recreação infantil há 4 anos. Esta pesquisa teve por objetivo avaliar a satisfação dos clientes da empresa Recryarte perante a percepção dos clientes quanto aos serviços oferecidos. Desta forma, os objetivos específicos desta pesquisa, foram: identificar o perfil dos consumidores da empresa Recryarte, verificar o grau de satisfação dos consumidores da empresa, perante as dimensões da escala Servperf e por fim, elaborar um plano de ação para os baixos índices encontrados. Para o desenvolvimento desta pesquisa utilizou-se o método SERVPERF com as seguintes dimensões: confiabilidade, responsabilidade, segurança, empatia e tangibilidade. Quanto à abordagem esta pesquisa caracterizou-se pelo método quantitativo, com natureza de pesquisa-diagnóstico e os objetivos fins foram qualificados como um estudo descritivo e quanto aos procedimentos técnicos foram caracterizados como pesquisa bibliográfica, documental e pela pesquisa Survey (levantamento) e os dados coletados por meio de dados primários e secundários. O método utilizado foi a amostragem não probabilística aliada à utilização de uma amostragem por conveniência. A pesquisa foi aplicada com 84 clientes. A partir dos resultados obtidos por meio da ferramenta SERVPERF, foi possível identificar os pontos fortes e fracos da empresa. Os resultados da percepção dos clientes em sua maioria foram satisfatórios algumas das questões que se apresentaram positiva foram com relação à confiança no atendimento aos clientes, à forma de atendimento oferecido e a organização com a presteza das monitoras. Para os baixos índices encontrados foi elaborado um plano de ação para propor novas estratégias para maximizar os pontos fortes e apresentar melhorias para a organização.

Palavras-chave: Satisfação. Serviços. Cliente. SERVPERF.

1 Graduanda no Curso de Administração da Universidade do Vale do Itajaí – Campus Tijucas.

2 Professor Mestre do Curso de Administração da Universidade do Vale do Itajaí – Campus Tijucas.