

ANÁLISE DA SATISFAÇÃO DOS CLIENTES DA PANIFICADORA E CONFEITARIA FLÁVIA

Éder Vilson da Silva ¹

Ana Lúcia Baggio Sonaglio ²

RESUMO

Toda e qualquer empresa necessita de clientes para poder sobreviver, com isso torna-se necessário saber cativar e chamar o seu cliente para dentro da empresa e cercá-lo com vários atributos, para garantir sua satisfação e conseqüentemente sua fidelização. Por meio de uma pesquisa de satisfação pode-se conhecer realmente o que os clientes esperam do estabelecimento e assim proporcionar o máximo de satisfação em relação às suas expectativas. Este trabalho teve como objetivo geral analisar a satisfação dos clientes da Panificadora e Confeitaria Flávia localizada na cidade de Tijucas/SC. Para tanto definiram-se os seguintes objetivos específicos: conhecer o perfil dos clientes frequentadores da padaria; diagnosticar a percepção dos clientes com relação aos produtos e serviços prestados pela padaria por meio de uma pesquisa de satisfação e propor sugestões para a empresa a partir dos resultados obtidos. A presente pesquisa caracterizou-se pela tipologia pesquisa-diagnóstico com abordagem quantitativa do tipo descritiva, quanto aos procedimentos técnicos/meios utilizou-se a pesquisa bibliográfica, documental e *survey* (levantamento). A coleta de dados foi realizada na panificadora entre 01 de junho a 30 de junho de 2016, utilizando uma amostragem não probabilística por conveniência, totalizando 250 respondentes. A partir do estudo de satisfação dos clientes realizado por meio da aplicação de questionário com escala do tipo *Likert* escolhida para mensurar a satisfação, obteve-se os resultados expostos nas tabelas e gráficos explicativos deste trabalho. Para análise dos dados utilizou-se a frequência, média ponderada e desvio-padrão. A partir dos resultados constatou-se que a maioria das dimensões pesquisadas, como qualidade, variedade e preço dos produtos, estrutura, atendimento e localização apresentam no geral um bom índice de satisfação; para as exceções foram sugeridas ações estratégicas de melhorias.

Palavras-chave: Marketing. Clientes. Satisfação.

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

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