

Grau de satisfação do atendimento ao cliente no comércio de vestuário de São Francisco do Sul - SC

Larissa Vezu Baglione de Oliveira - IFC/ Campus São Francisco do Sul
Andreia Luciana da Rosa Scharmach - IFC/ Campus São Francisco do Sul

A satisfação do atendimento ao cliente no comércio de varejo de vestuário, é muito importante para o sucesso dessas empresas e para o desenvolvimento econômico e social. Atender as necessidades e os desejos do cliente, satisfazendo-o a partir do bom atendimento, o motiva a comprar novamente, e a partir disso, a empresa conquista boa reputação e cumpre seus objetivos de sustentabilidade econômica, social e financeira. Diante disso, este trabalho buscou identificar o grau de satisfação dos clientes quanto ao atendimento no comércio de vestuário de São Francisco do Sul-SC. Utilizou como base os conceitos de Marketing, Marketing de Relacionamento, Satisfação, Pesquisa de Satisfação de Clientes, Atendimento ao Cliente, Nível de Serviço e Varejo. O método utilizado para a pesquisa foi elaborado em duas etapas: a primeira foi exploratória descritiva por meio de entrevistas com 10 pessoas com características heterogêneas, que buscou identificar atributos que os clientes do comércio de vestuário julgam influenciadores na satisfação do atendimento. Como resultado, foram obtidos 166 atributos, que após a análise e união dos semelhantes, foram reduzidos a 36. Esses atributos foram utilizados para a elaboração do instrumento da coleta de dados (questionário) da segunda fase da pesquisa – a quantitativa descritiva. Esta segunda etapa, contou então, com um questionário fechado com 36 questões divididas em quatro áreas de relevância para o atendimento (contato com o cliente, produtos, serviços e ambiente). Foi elaborado com a técnica Escalar de Likert que atribui pesos entre 1 e 5, onde 1 equivale a muito insatisfeito e 5 a muito satisfeito; os pesos 2, 3 e 4 são intermediários), para mensurar o grau da satisfação dos clientes alvo. De uma população média mensal de 258 clientes do comércio central de vestuário, foi calculada a amostra considerando erro amostral de 8%, que totalizou em 98 questionários respondidos por clientes do comércio da região central da cidade pesquisada. Os dados, após tabulados e tratados estatisticamente apresentaram os seguintes resultados: a maior média ponderada entre os 36 atributos mensurados, foi de 3,93. Mediante a escala aplicada (pesos 1 a 5) em que 3 representa neutro e 4 satisfeito, a média ponderada apresentada é menor que o peso que indica satisfação (4). Portanto não é possível afirmar que existem clientes satisfeitos com o atendimento no varejo de vestuário da cidade pesquisada. A menor média ponderada entre os atributos pesquisados foi de 2,03 e a média ponderada geral dos 36 atributos foi de 3,14. Considerando que nenhum dos atributos mensurados atingiu o peso mínimo de satisfação (4), foram apresentadas sugestões de melhorias para quatro as áreas de relevância pesquisadas para o bom atendimento. As sugestões são direcionadas para atender as necessidades e os desejos do cliente às suas expectativas, no sentido de aumentar o nível de serviço oferecido da retenção do cliente e por consequência a competitividade da empresa.

Palavras-chave: Satisfação; Atendimento ao Cliente; Varejo; Vestuário.