



A IMPORTÂNCIA DOS ATRIBUTOS UTILIZADOS PELOS CLIENTES EM RELAÇÃO AO ATENDIMENTO NO SETOR VAREJISTA¹

Magliani Beatriz Prêto², Luciano Zamberlan³. UNIJUÍ

Na busca constante de alcançar uma considerável vantagem competitiva no mercado atual, as empresas precisam atender eficientemente as necessidades de cada consumidor, garantindo a satisfação e conquistando a sua fidelidade. Assim, este estudo teve o objetivo de avaliar a importância dos diferentes atributos relacionados ao consumo no ramo de bazar e decoração. Para o seu desenvolvimento, utilizou-se um método estruturado em duas partes: uma pesquisa qualitativa, do tipo grupos de foco, aplicada a uma amostra não probabilística por julgamento, baseada em um roteiro semi-estruturado com questões abertas. Na etapa seguinte, ou seja, na pesquisa quantitativa, antes da aplicação do questionário definitivo, foi realizado um pré-teste, com o objetivo de verificar as possíveis falhas. Logo em seguida, foram aplicados 200 questionários estruturados com 62 questões, incluindo a caracterização do entrevistado, a uma amostra não probabilística por conveniência. Foi empregado o método de *survey*, na coleta de dados, devido às vantagens por ele oferecidas. Foram utilizadas as seguintes escalas: nominal e intervalar, com o escalonamento de *Likert*. Os aspectos enfatizados, sobre o atendimento foram: os fatores determinantes na escolha de uma loja, as dimensões referentes a um bom atendimento, as atitudes relacionadas ao atendimento. O presente estudo apresenta informações importantes sobre o que os clientes esperam em um atendimento, em que a honestidade e o conhecimento do vendedor sobre o produto são atributos significativos. Enfocando as atitudes diante de um atendimento, observou-se que 97,5% das pessoas, quando são bem atendidas, recomendam a loja aos conhecidos e amigos. Entretanto, ao receberem um mau atendimento, fazem questão de divulgar as suas experiências negativas e 81,4% dos respondentes não retornam mais a loja para fazer suas compras.

¹ Estágio Supervisionado em Administração II

² Bacharel em Administração (UNIJUÍ)

³ Professor Orientador – Departamento de Estudos da Administração - UNIJUÍ