



DIAGNÓSTICO E ANÁLISE DA QUALIDADE DOS SERVIÇOS PRESTADOS AOS CLIENTES DAS LOJAS QUERO QUERO S/A, - UM ESTUDO DE CASO NA UNIDADE DA CIDADE DE IJUÍ/RS¹

Elisângela Fátima Perassolo², Lisiane Mattioni², Magnus Adavilson Bottega², Raquel Mattioni², Sandro Orico Maturano², Júlio Cesar Valandro Soares³. UNIJUÍ

INTRODUÇÃO: A pesquisa de satisfação é um sistema de análise de informações obtidas através das opiniões dos usuários dos serviços, sendo uma importante ferramenta para mensurar a expectativa do cliente sobre o serviço oferecido, utilizando essas informações como balizadoras das possíveis ações de melhorias. O estudo desenvolvido teve por objetivo diagnosticar e analisar a qualidade dos serviços prestados aos clientes da Loja Quero Quero S/A na unidade de Ijuí/RS, e identificar qual os fatores mais relevantes para satisfação dos clientes, também procura determinar níveis de expectativa e percepção dos clientes em relação aos serviços. **MATERIAL E MÉTODOS:** Para atender aos objetivos, realizou-se uma pesquisa exploratória e descritiva e a coleta de dados se deu através de um questionário estruturado e aplicado a 31 clientes da organização. Na análise, os dados coletados através de uma amostra não probabilística de acordo com a conveniência, onde os entrevistados foram abordados no próprio estabelecimento, e responderam um questionário baseado no modelo Servqual, que abrange as cinco dimensões da qualidade que são: tangibilidade, confiabilidade, segurança, empatia e responsividade. **RESULTADOS:** Como resultado deste estudo de caso, obteve-se os níveis de satisfação dos consumidores com relação aos atributos citados anteriormente, o que servirá para os gestores da organização avaliarem pontos fracos e fortes em seus serviços e com isso traçar estratégias de forma a sanar as deficiências buscando atender efetivamente as expectativas de seus clientes. **CONCLUSÕES:** Há diversas áreas onde as melhorias ainda se fazem necessárias, porém apartir dos dados apresentados percebe-se que a diferença entre os desejos dos clientes e a sua percepção é relativamente pequena. Portanto, sendo uma condição de sobrevivência no mercado em que atua, percebe-se ser estratégico para a organização buscar diminuir a variabilidade de seus processos.

¹ Trabalho desenvolvido no componente curricular: T.E.A – Gestão Estratégica da Qualidade.

² Acadêmicos do curso de Administração da UNIJUÍ

³ Professor do Departamento de Estudos da Administração da UNIJUÍ – Orientador do Estudo