

SATISFAÇÃO DE CLIENTES NA INDÚSTRIA DE REFRAATÓRIOS

Andreia Guedes FELIXAN¹, Sheldon Willian SILVA²

¹ *Estudante de Administração/UninCor – E-mail: andreia guede@hotmail.com*

² *Orientador e Professor do curso de Administração/UninCor – E-mail: prof.sheldon.wilian@unincor.edu.br*

Palavras Chaves: Satisfação, parceiros comerciais, fidelizar.

RESUMO

Para manter-se competitiva no mercado, as empresas precisam fidelizar seus parceiros comerciais. A avaliação da satisfação pode ser realizada por meio da qualidade percebida pelos clientes e a construção de ferramentas de avaliação deve contemplar características específicas da atividade em questão. Esse estudo tem como objetivo identificar o grau de satisfação dos clientes da Empresa X buscando avaliar como se encontra a organização no mercado, a partir da visão dos próprios clientes. A metodologia utilizada foi uma pesquisa descritiva por meio de um estudo de caso sobre a satisfação do cliente aplicada na Empresa X. Nos resultados apurados foi evidenciado que não houve aumento da satisfação dos clientes, porém, acima da meta estabelecida de 70%, estipulado pelo sistema de gestão da qualidade, onde atingiu-se um índice de 72,73%. Entre atributos mais importantes que afetam a qualidade percebida podem ser citados: qualidade no atendimento e informações, prazo de entrega, qualidade dos produtos, embalagem e assistência técnica.

Key Words: Satisfaction, business partners, loyalty.

¹ Graduando Administração – Unincor – Betim/2012

² Professor da Unincor-Betim – Orientador.