

A BUSCA PELO DIFERENCIAL: Fatores de satisfação dos clientes de um restaurante

GAMA, Renata da Silva dos Santos¹, ALVES, Juliano Nunes², TAVARES, Carlos Eduardo Moreiras³

Palavras-Chave: Satisfação dos clientes, restaurante, atendimento.

O presente estudo tem como objetivo identificar os fatores determinantes de satisfação dos clientes de um Restaurante e analisar a importância dos fatores que influenciam na satisfação dos clientes. O método utilizado é um estudo de caso, quantitativo, com informações coletadas através de um questionário estruturado em perguntas fechadas relacionadas a questões de satisfação mediante a aplicação de 185 questionários em clientes. A satisfação dos clientes é alcançada a partir de diversas ações que as empresas precisam executar, assim, oferecer produtos e serviços de qualidade, além de preços e prazos, são alguns pontos que podem influenciar na satisfação. A justificativa do presente trabalho está no fato de que, em face ao elevado nível de competição em que estão inseridas as organizações, essas buscam se estruturar cada vez mais, em vista de uma gestão que as proporcione desenvolvimento lucrativo e sustentável, bem como afirma Kotler (1998 p. 50)⁴, “as empresas estão enfrentando concorrência jamais havida, elas podem vencer os concorrentes se abandonarem a filosofia de produtos e vendas e adotarem uma filosofia de marketing. O universo desta pesquisa foi composto pelos clientes de um restaurante. A amostra utilizada foi não probabilística, ou seja, os indivíduos foram escolhidos de forma acidental, feita através da escolha tomou-se uma amostra de 185 clientes, que responderam a um questionário estruturado com perguntas fechadas. A pesquisa utilizou, como instrumento de coleta de dados, um questionário estruturado, fundamentado no modelo proposto por Johnson *et al.*, (2001)⁵ e foi dividido em duas partes: a primeira sendo composta de perguntas sobre o perfil do cliente e a segunda utilizando as variáveis do modelo. As variáveis mensuradas foram: Direcionamento da qualidade, satisfação, preço, imagem do restaurante, tratamento de reclamações, compromisso afetivo, compromisso calculado e fidelidade. Realizada a análise fatorial, foram obtidos sete fatores influenciadores na satisfação dos clientes. Esses fatores, em boa parte, apresentam semelhanças com os fatores expostos na literatura. Nos resultados verifica-se que um importante fator para a satisfação dos clientes ficou demonstrado com aproximadamente 42%, o fator “atendimento”, o fator 2, por outro lado, “preço” apresenta-se como segundo fator mais importante para a satisfação dos clientes (peso de 7,17%), o fator 3, “qualidade do ambiente”, com peso de 5,42%, o quarto fator “imagem” refere-se à percepção dos clientes quanto à imagem da empresa, o quinto fator refere-se à “praça e promoção”, e no sexto fator “fidelidade”, e o sétimo fator “produto”. Assim, pôde-se então analisar a importância dos fatores, que influenciam na satisfação dos clientes, o atendimento é considerado o fator mais importante, sendo assim, os clientes concordam em maioria que os colaboradores devem demonstrar uma boa educação e cordialidade.

¹ Graduanda em administração na Universidade de Cruz Alta – Unicruz -

² Mestre em Administração; Professor do Curso de Administração da Unicruz; Cruz Alta, RS - Brasil, admjuliano@yahoo.com.br

³ Mestre em Engenharia de Produção pela UFSM e Professor do Curso de Administração da Unicruz - etavares@unicruz.edu.br

⁴ KOTLER, Philip. Administração de marketing. 5º ed. São Paulo: Atlas, 1998.

⁵ JOHNSON, Michael D. et al. The evolution and future of national customer satisfaction index models. Journal of economic Psychology, v. 22, n. 2, p. 217-245, 2001.