



QUALIDADE NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS: A PERCEPÇÃO DOS CLIENTES DE UMA UNIDADE LOTÉRICA

Autor(es): SCHINOFF, Tássia; PADILHA, Raquel

Apresentador: Tássia Schinoff da Silva

Orientador: Gustavo da Rosa Borges

Revisor 1: Katia Gislaine Baptista Gomes

Revisor 2: Rozane da Silveira Alves

Instituição: Universidade Federal de Pelotas

Resumo:

As unidades Lotéricas surgiram como uma opção de atendimento aos clientes das agências bancárias e atualmente englobam, além dos serviços bancários, inúmeros outros serviços. O crescente número de estabelecimentos está acirrando cada vez mais a concorrência e impulsionando uma busca por diferenciação. Para auxiliar na identificação dos fatores significativos para cada estabelecimento, uma das Ferramentas de Gestão mais utilizadas no Brasil e no mundo é a Pesquisa de Satisfação, que começou a ser realizada no Brasil a partir da década de 90. Tem como principais objetivos a identificação das preferências e necessidades dos clientes e a detecção de oportunidades de melhoria. Seguindo essa tendência, uma Casa Lotérica localizada no Centro da cidade de Pelotas-RS realizou uma entrevista quantitativa com seus clientes. A amostra foi calculada considerando um nível de confiança de 95% e um erro de estimação de 5% para mais ou pra menos. Os dados coletados na pesquisa foram tabulados no programa estatístico SPSS 12.0. As informações obtidas indicaram a predominância do sexo feminino (66,66%) e que a faixa etária é alta já que 44% possuem acima de 50 anos. Os clientes estão de certa forma fidelizados pois em torno de 57% se dizem clientes da loja por um período de tempo que varia entre 2 e 10 anos. Quanto à frequência da utilização dos serviços, 56,7% frequentam mensalmente o estabelecimento e quanto aos motivos de escolha pelo mesmo, o atendimento e a localização foram os mais citados. Os níveis de satisfação medidos a partir de uma Escala de Likert que varia de 1 (muito insatisfeito) a 5 (muito satisfeito) apresentaram médias de 3,95 quanto a agilidade no atendimento, 4,25 no atendimento, 4,39 na estrutura e 3,95 na segurança. Com as informações obtidas foi possível traçar um perfil dos clientes, identificar suas preferências e preocupações, além de medir o nível de satisfação dos mesmos. A Pesquisa de Satisfação consiste em uma ferramenta essencial para a busca de alternativas para a adequação dos fatores apontados pelos próprios clientes e detecção de oportunidades de melhoria visando sempre aumentar o índice de satisfação e, conseqüentemente, reter aqueles que já são clientes do Estabelecimento bem como atrair novos.