



**SEFIC2017**  
**UNILASALLE**

**A PESQUISA E O**  
**RESPEITO À DIVERSIDADE**

16 A 20 DE OUTUBRO DE 2017

ISSN 1983-6783

## **ESTUDO SOBRE A QUALIDADE, SATISFAÇÃO E FIDELIZAÇÃO DE CLIENTES NO SETOR DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS**

César Augusto dos Santos, Robinson Henrique Scholz (orientador)  
Universidade La Salle

**Área Temática:** Ciências Socialmente Aplicáveis

**Resumo:** Este estudo tem por objetivo analisar a estratégia de gestão dos processos de manutenção na perspectiva da qualidade dos serviços prestados por uma empresa localizada em Canoas, cujo ramo de atividade é a prestação de serviços de manutenção eletromecânica em equipamentos de movimentação de cargas. Na atual conjuntura que o país vem enfrentando, além de gerenciar os recursos da empresa para atingir resultados satisfatórios, os administradores precisam se certificar de que sua empresa está se destacando frente aos concorrentes. Isto só é possível, se a empresa mantiver claramente bem definida, as estratégias de fidelização, conquistadas através da satisfação dos serviços prestados com elevado padrão de qualidade. A manutenção dentro de uma organização é uma parte fundamental para um bom andamento das atividades de produção. É vista como uma maneira de evitar falhas, cuidando das suas instalações físicas e equipamentos do processo produtivo. Para aprimorar a gestão da manutenção, é necessário manter um sistema capaz de monitorar as informações de desempenho da equipe, a fim de tomar decisões que possibilitem a melhoria contínua de todo processo. A satisfação pode ser determinada através dos requisitos solicitados pelo cliente e a solução que foi apresentada para atendê-lo. Se um produto ou serviço atendeu suas expectativas, ele ficará satisfeito e voltará a comprá-los. Embora a satisfação e a fidelização estejam diretamente ligadas, não são iguais. A satisfação de um cliente com uma compra, não é a garantia de fidelização, mas se a percepção do cliente for maior que a expectativa, ele ficará satisfeito, o que poderá influenciá-lo e torná-lo fiel. Pode-se afirmar que a satisfação de clientes, é atender a uma necessidade específica do mesmo, em um determinado momento ou período. Fidelização de clientes é um conjunto de atividades estrategicamente realizadas, em médio e longo prazo, fazendo com que um determinado cliente opte continuamente por seu produto ou serviço. É quando um cliente permanece consumindo produtos ou serviços por um longo período de tempo, se tornando leal e até defensor da empresa. Isto pode proporcionar uma constante fonte de renda durante longo tempo, e pode expressar o atendimento contínuo às expectativas do mesmo. No entanto este processo pode ser interrompido quando o cliente encontra um fornecedor que o atenda a um custo-benefício mais atrativo. Esta pesquisa tem como perspectiva metodológica o desenvolvimento de um estudo de cunho quantitativo e descritivo. O levantamento de dados será por meio de questionário fechado, com uso da escala de Likert, que será enviado para os clientes ativos nos últimos três anos de uma empresa no segmento de manutenção industrial, e para interpretá-los será utilizada a técnica de análise estatística descritiva. Este estudo pode contribuir para uma proposta de melhoria do processo de manutenção, implantando uma nova estratégia com procedimentos internos eficientes para a organização.

**Palavras-Chave:** Qualidade, Satisfação, Fidelização.