

APLICAÇÃO DA MATRIZ IMPORTÂNCIA - DESEMPENHO PARA AVALIAR O SERVIÇO PRESTADO EM UMA DROGARIA NA CIDADE DE TRÊS RIOS

Flávia Freitas Ferreira Gonçalves¹

Thais Corrêa Casais da Silva¹

Gilberto dos Santos Carvalho²

Jaqueline Conceição Leite³

Danilo de Castro Lopes Oliveira⁴

economiabrasileira20162017@gmail.com

ÁREA DE CONHECIMENTO: Ciências Sociais Aplicadas

PALAVRAS-CHAVE: concorrência; satisfação; indicadores de desempenho; drogaria; matriz importância x desempenho.

INTRODUÇÃO

Segundo informações do IQVIA, multinacional associada a soluções de auditoria, tecnologia e consultoria para o mercado de saúde, mesmo diante de um cenário crítico ocasionado pelo covid-19, o mercado farmacêutico é um dos que mais cresce no Brasil. O estudo demonstra que o setor vem apresentando crescimento econômico acima da média de 13,6% nos dez primeiros meses de 2020 e a tendência é que até 2022 o Brasil se torne o 5º país com maior mercado farmacêutico no mundo (LEONARDI, 2020). Para Leonardi e Matos (2020) o aumento do faturamento do setor está relacionado ao uso estratégico da variedade de serviços, pois além de ser um ponto de contato da população para o tratamento de doenças, se tornou ofertante de produtos de higiene e beleza, linha infantil, conveniência e serviços como vacinação, aferição de glicemia, pressão arterial e colocação de brincos. Por consequência do crescimento notável do setor farmacêutico, muitos empresários são atraídos com o propósito de investir nesse tipo de segmento. A alta competitividade entre as organizações impõe a necessidade das mesmas em buscar mecanismos para conquistar e reter seus clientes (JEUNON; PIRES; LARA, 2020). Sobre o mesmo tema, Schneider (2020) assegura que mediante as diferentes opções de compra, satisfazer e fidelizar clientes são estratégias que garantem sucesso quanto a qualidade e entrega do serviço para permanecer no mercado. Portanto, percebe-se que é fundamental avaliar o que é importante para os clientes, para que desta forma a organização

¹ Acadêmicas do 7º período do curso de Administração da Faculdade Vértice Trirriense – UNIVÉRTIX – Três Rios/RJ.

² Graduado em Ciências Econômicas, Especialista em Gestão Empresarial, Professor do curso de Administração da Faculdade Vértice Trirriense - UNIVÉRTIX - Três Rios/RJ.

³ Graduada em Ciências Contábeis, Especialista em Docência do Ensino Superior, Pós-graduada MBA em Controladoria e Finanças, Professora do curso de Ciências Contábeis da Faculdade Vértice – UNIVÉRTIX – Matipó/MG.

⁴ Graduado em Administração, Especialista em Logística Empresarial, Pós-graduado em Engenharia de Produção, Mestre em Administração, Professor do curso de Administração da Faculdade Vértice Trirriense - UNIVÉRTIX - Três Rios/RJ.

possa adotar critérios que a mantenha com desempenho superior quando comparada ao concorrente (SCHAFRANSKI, 2018). Nesse sentido, a pesquisa de satisfação é uma das ferramentas que pode ser utilizada como um indicador de resultados para verificar a eficiência da empresa e mapear os níveis de satisfação do cliente (MACIEL, 2020). Paralelamente à pesquisa de satisfação, será utilizado a matriz importância-desempenho proposta por Slack, com propósito de posicionar cada critério valorizado pelo cliente e o desempenho desses critérios frente aos concorrentes (LOCATELLI; DIEDRICH, 2016). Mediante o exposto, a pesquisa justifica-se em função do aumento da concorrência e da diversidade de serviços ofertados no setor varejista farmacêutico. Observou-se a necessidade de identificar os parâmetros de importância e desempenho considerados relevantes e entender o parecer de seus clientes a respeito dos serviços prestados. Nesse sentido, a partir da necessidade de observar e aprimorar o desempenho da empresa em estudo, as questões que norteiam a presente pesquisa são: Qual a percepção do cliente sobre os serviços e produtos oferecidos e quais aspectos oferecem oportunidades de melhorias para se manter competitiva na cidade? O estudo tem como objetivo geral, identificar os fatores que necessitam de aprimoramento para o melhor desempenho da empresa frente à concorrência e aos seus consumidores. Já os objetivos específicos constituem em estudar os fundamentos teóricos sobre a importância do bom atendimento em pró a satisfação do cliente, além da aplicabilidade da matriz de importância - desempenho utilizado para análise dos dados coletados diante dos objetivos de desempenho traçados. Este estudo é pertinente, pois seus resultados contribuirão com a empresa fornecendo-lhes informações sobre a satisfação dos seus clientes e possibilitará o levantamento de atributos relevantes dos serviços prestados que poderão ser aprimorados visando se tornar mais competitiva na prestação de serviços.

METODOLOGIA

Para o desenvolvimento inicial dos estudos, foi realizada uma revisão bibliográfica em trabalhos científicos, livros, revistas científicas, além da realização de pesquisa documental. A estrutura utilizada para elaboração do presente trabalho é classificada como pesquisa de natureza aplicada. Segundo Filho (2020) a pesquisa aplicada objetiva gerar conhecimentos práticos dirigidos à solução de problemas específicos. Quanto aos objetivos, trata-se de uma pesquisa descritiva. Para Gil (2002) o principal objetivo das pesquisas descritivas é a descrição das características de determinada população ou fenômeno através de técnicas padronizadas para coleta de dados. A técnica empregada será o estudo de caso, o qual Goldenberg (2004) afirma que é um método de reunir o maior número de informações detalhadas, por meio de técnicas de pesquisa, com objetivo de descrever a complexidade de um caso concreto. O instrumento para coleta de dados que será empregado é um questionário estruturado, composto por 20 questões fechadas, confeccionado a partir dos objetivos do estudo, que será aplicado aos clientes, para avaliação dos mesmos na sua percepção, entre os dias 25 de agosto de 2021 ao dia 24 de setembro de 2021 a fim de estabelecer de modo fidedigno o fluxo de atendimento. Ainda, visto que a entidade possui diferentes meios de atendimento, a coleta de

dados será realizada de duas formas utilizando o mesmo questionário proposto aos clientes: a primeira através de pesquisa *on-line* confeccionada na ferramenta Google Formulários que possibilita o envio de um *link* de acesso e a segunda no próprio local utilizando urnas onde o cliente poderá depositar a sua pesquisa. Os respondentes serão elucidados do objetivo da pesquisa e assinarão o TCLE - Termo de Consentimento Livre Esclarecido. A pesquisa será realizada em uma microempresa que atua no ramo de atividade do comércio varejista de produtos farmacêuticos, artigos médicos e ortopédicos, de perfumaria e cosméticos, situada na cidade de Três Rios - RJ. A população a ser definida trata-se de clientes da empresa em estudo que frequentarão o estabelecimento durante o período determinado para coleta de dados. A abordagem dos dados terá como critério a análise quantitativa que segundo Prodanov e Freitas (2013) significa traduzir opiniões e informações utilizando recursos estatísticos para depois classificá-las e analisá-las. Os dados coletados serão base para desenvolvimento da matriz importância-desempenho, conjuntamente com a tabulação dos mesmos, em tabela confeccionada no programa Microsoft Excel 2013 e posterior análise.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Trata-se de uma pesquisa em andamento e os resultados parciais registram até o momento a realização do levantamento bibliográfico.

REFERÊNCIAS

FILHO, Thomé Eliziário Tavares. **Metodologia da produção científica**. 1. ed. Manaus, Am.: Editora MASF, 2020. p. 13.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Editora Atlas S.A., 2002. p. 42.

GOLDENBERG, Mirian. **A arte de pesquisar: como fazer pesquisa**. 8. Ed. Rio de Janeiro: Record, 2004. p. 33-34.

JEUNON, Ester Eliane; LARA, José Edson; PIRES, Edna Maria. ATRIBUTOS DE PREFERÊNCIA PARA COMPRAS EM DROGARIAS: UM ESTUDO NA PERSPECTIVA DE CLIENTES E PROFISSIONAIS DA ÁREA. **RAHIS-Revista de Administração Hospitalar e Inovação em Saúde**, v. 16, n. 3, p. 67-84, 2019. Disponível em: <https://revistas.face.ufmg.br/index.php/rahis/article/view/6212>. Acesso em 22 mar. 2021.

LEONARDI, Egle (editor). **Redes farmacêuticas cresceram quase 23% durante pandemia**. Disponível em: <https://www.somostodosfarmaceuticos.com.br/redes-farmacêuticas-cresceram-quase-23-em-pandemia/>. Acesso em: 18 mar. 2021.

LEONARDI, Egle; MATOS, Júlio. (editores). **Indústria farmacêutica tem crescimento acelerado**. Disponível em: <https://www.ictq.com.br/industria->

farmaceutica/1380-industria-farmaceutica-tem-crescimento-acelerado. Acesso em: 24 mar. 2021.

LOCATELLI, Moisés Henrique; DIEDRICH, Hélio . **Aplicação da matriz importância versus desempenho em uma empresa do varejo de autopeças.** Lajeado, outubro de 2016. Disponível em: <https://www.univates.br/bdu/bitstream/10737/1479/1/2016MoisesHenriqueLocatelli.pdf>. Acesso em: 06 de agosto de 2021.

MACIEL, Cátia .**Cliente! A transformação da cultura do atendimento** - 1 edição. Rio de Janeiro, RJ: Autografia, 2020.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico:** Método e Técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. 2. Ed. Rio Grande do Sul: Universidade Feevale, 2013. p.43 e 69.

SCHAFRANSKI, Thinaly. **Proposta de melhoria dos serviços através da aplicação da matriz importância-desempenho: Um caso em um tabelionato de notas da região sul do Brasil-** Ponta grossa, 2018. Disponível em: http://repositorio.roca.utfpr.edu.br/jspui/bitstream/1/13011/1/ENG_QUALI_2018_20.pdf . Acesso em: 05 de agosto de 2021.

SCHNEIDER, Daiana Roberta. **Avaliação da satisfação de clientes em drogarias:** uma revisão narrativa. Injuí, 2020. Disponível em: <https://bibliodigital.unijui.edu.br:8443/xmlui/bitstream/handle/123456789/6955/Daiana%20Roberta%20Schneider.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 24 mar. 2021.