

Atendimento e Gestão da Qualidade: Caminhos para a Satisfação do Cliente Pós-Pandemia

Elias dos Santos da Silva^{1*}, Elias dos Santos da Silva¹; Erik da Silva Oliveira².

¹ Pesquisador do curso de Administração da instituição Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro; ² Docente do curso de Administração da instituição Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro;

unig.elias@gmail.com

TIPO DE PROJETO: (x) PESQUISA () EXTENSÃO

Resumo

A pandemia de SARS-COV-2 impôs desafios inéditos ao sistema empresarial global, acelerando a transição para o trabalho remoto e a operação no ambiente digital. Com grande parte da população em lockdown, empresas foram compelidas a adotar o modelo online, permitindo que negócios funcionassem sem uma infraestrutura física extensiva. Essa transformação, contudo, resultou em um distanciamento nas relações entre empresas e clientes, apresentando novos desafios para adaptação ao mercado. Surge, assim, a questão de como o entendimento do cenário pós-pandêmico pode orientar o reposicionamento estratégico das empresas, e como a satisfação do cliente pode representar um diferencial competitivo nesse contexto. Este artigo explora o atendimento como uma estratégia fundamental da gestão da qualidade para alcançar a satisfação do cliente no período pós-pandêmico. Com base em uma análise bibliográfica sobre comportamento do consumidor, gestão da qualidade e a relação entre atendimento e experiência do cliente, identifica-se como o atendimento, fundamentado em princípios de qualidade, influencia diretamente a satisfação e a fidelização do consumidor. Para alcançar o objetivo central deste estudo, foram traçados objetivos específicos, incluindo a análise do mercado durante e após a pandemia, a investigação dos fundamentos da gestão da qualidade e a avaliação da correlação entre atendimento e satisfação do cliente. Conclui-se que o investimento das empresas na qualidade do atendimento tem um impacto decisivo na satisfação e lealdade dos clientes, sendo uma ferramenta estratégica essencial no contexto competitivo atual. O presente trabalho foi realizado através da pesquisa feita pelo pesquisador Elias dos Santos da Silva e o Orientador Erik da Silva Oliveira.

Palavras-Chave: Gestão da qualidade, Satisfação do cliente, Pandemia.