

A SATISFAÇÃO E OS CUSTOS DE MUDANÇA NAS ATITUDES DOS CLIENTES DE TELEFONIA CELULAR

Autor: **André Luiz Parreiras**

Banca Examinadora: Pres.: Prof. Dr. José Roberto Ribas (Presidente e Orientador) Prof. Dr. Paulo Roberto da Costa Vieira, Prof. Dr. Eric David Cohen (Ibmec/RJ)

RESUMO

Há muito tempo sabe-se que a satisfação é um importante antecedente da lealdade. Manter clientes com atitudes de compra regulares mostrou-se um importante ativo para a rentabilidade das empresas. Mas, outros antecedentes estão sendo estudados e entre eles os custos de mudança que assumem um papel importante na retenção de clientes. O nosso campo de estudos foi a indústria de telefonia celular e as atitudes de empresários de micro e pequeno porte no estado do Rio de Janeiro que utilizam este serviço como um dos fatores de sucesso para suas atividades. O resultado deste trabalho mostrou que os três tipos de custos de mudança: (1) custos de procedimento, (2) custos financeiros e (3) custos de relacionamentos e a satisfação têm um forte impacto na atitude dos clientes de permanecerem leais às empresas prestadoras de serviços continuados de voz e dados. Mostrou, também, que o impacto da satisfação é menor do que os custos de mudanças quando analisados isoladamente com a lealdade. Os resultados são discutidos assim como sugestões de para estudos futuros são apresentadas.

Palavras-chave: Satisfação. Custos de mudança. Lealdade. Telefonia celular.