

Centro: Gestao

Curso: Administração

Título: SATISFAÇÃO E INSATISFAÇÃO: UMA REVISÃO DA LITERATURA, POSSIBILIDADES DE ESTUDOS FUTUROS.

Autores: Rossi, G. Terra, N. Troccoli, I. R.

Email: irene.troccoli@estacio.br **IES:** UNESA

Palavra Chave: Satisfação Insatisfação Revisão Literatura

Resumo:

O presente estudo é um levantamento bibliográfico referente aos artigos publicados nos Encontros de Marketing (EMA) da Associação Nacional de Cursos de Pós-Graduação em Administração (ANPAD) entre 2004 e 2010 que trouxeram as palavras satisfação e ou insatisfação em seus títulos. Inicialmente foi realizado o acesso ao site da Associação Nacional de Cursos de Pós-Graduação em Administração (ANPAD), órgão de reconhecida importância no cenário acadêmico do Brasil na área de Administração de Empresas. Em seguida buscou-se a área do site afeta aos Encontros de Marketing (EMAs). Usando o instrumento de busca por palavras, foram selecionados todos os trabalhos que continham as palavras satisfação e ou insatisfação no título, em cada um dos quatro eventos, o que levou ao total de 12 artigos. Estes foram impressos e lidos, e foram observados quais os temas mais discutidos nos respectivos referenciais teóricos. Chegou-se a cinco temas predominantes nos artigos mapeados, sendo quatro relacionados à satisfação (confiança, qualidade percebida, valor percebido e lealdade) e um relacionado à insatisfação (as ações pós-insatisfação). Em seguida, foi realizada análise, agrupada por cada um dos temas, especificamente sobre os referenciais teóricos utilizados pelos autores, por meio do resgate das obras utilizadas para o embasamento de suas pesquisas. Esta análise também incluiu a apresentação dos principais resultados das pesquisas de cada artigo e comentários sobre as abordagens utilizadas. Os resultados mostram que seus autores os estudaram basicamente a partir de cinco enfoques: no caso da satisfação, sua relação com confiança, com qualidade percebida, com valor percebido e com lealdade; no caso da insatisfação, sua relação com as ações pós-insatisfação. Ao final desta pesquisa, foi verificada uma maior participação percentual nos anos de 2008 e 2010 destes trabalhos sobre o total de estudos apresentados. Percebeu-se também uma maior quantidade de textos cujo foco de pesquisa estava relacionado a empresas essencialmente de serviços, assim como ficou clara a estreita relação deste tema com questões ligadas à confiança, à lealdade, à qualidade percebida e ao valor percebido. Ainda foi verificada uma pequena quantidade de trabalhos voltados para o estudo das causas da insatisfação e de ações corretivas objetivando solucionar estes problemas. **Conclusões:** Ficou clara a estreita relação deste tema com questões ligadas à confiança e à lealdade, assim como a preferência dos pesquisadores em priorizar estudos voltados à busca da satisfação, em detrimento daqueles voltados para a insatisfação. □