

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS
ESCOLA DE DIREITO, NEGÓCIOS E COMUNICAÇÃO
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

**AVALIAÇÃO DO NÍVEL DE SATISFAÇÃO DOS CLIENTES COM OS SERVIÇOS
PRESTADOS PELA SANTAPIRA LODGE**

**EVALUATION OF THE LEVEL OF CUSTOMER SATISFACTION WITH
THE SERVICES PROVIDED BY SANTAPIRA LODGE**

Linha de pesquisa: Gestão Estratégica

Acadêmico: Luciano Allen Emery de Souza Filho; e-mail: lucianofilho1907@hotmail.com

Orientador: Marcos de Freitas Pintaud; e-mail: contemporaneomfp.brasil@gmail.com

Avaliador – Avelino Correa; e-mail: avelinocorrea@pucgoias.edu.br

Avaliador – Celso Orlando Rosa; e-mail: cormkt@gmail.com

RESUMO

Nos dias atuais, o ambiente de negócios vem se tornando cada vez mais desafiador em relação às exigências, para quem oferece tanto produtos quanto serviços no mercado. O presente estudo teve como objetivo geral realizar uma avaliação do nível de satisfação dos clientes com os serviços prestados pela SantaPira Lodge, e como objetivos específicos (I) levantar dados sobre a realidade dos serviços prestados aos clientes da empresa, (II) avaliar e analisar de forma crítica e reflexiva, os dados levantados e, (III) desenvolver e sugerir melhorias nos serviços prestados. A pesquisa contou com um abordagem tanto exploratória quanto qualitativa e quantitativa descritiva, e foi suportada por métodos de levantamento de dados envolvendo entrevista estruturada com gerência e aplicação de questionários com perguntas fechadas na sua maioria, com colaboradores e clientes da pousada, aproveitando para compreender, além da visão dos clientes, outros olhares (internamente, da gerência e colaboradores) no que tange a satisfação dos serviços oferecidos a esses clientes. Os resultados estão apresentados através de descrições, gráficos, análises, conclusões e sugestões de melhorias para o atendimento.

Palavras-chaves: clientes, serviços, qualidade, satisfação, melhorias

ABSTRACT

Nowadays, the business environment has become increasingly challenging in relation to the requirements for those who offer both products and services in the market. The general objective of this study was to evaluate the level of customer satisfaction with the services provided by SantaPira Lodge, and the specific objectives were (I) to collect data on the reality of the services provided to the company's customers, (II) to critically and reflexively evaluate and analyze the data collected and (III) to develop and suggest improvements in the services

provided. The research had both an exploratory and a descriptive qualitative and quantitative approach, and was supported by data collection methods involving structured interviews with management and the application of questionnaires with mostly closed questions, with employees and customers of the inn, taking the opportunity to understand, in addition to the customers' view, other views (internally, of management and employees) regarding the satisfaction of the services offered to these customers. The results are presented through descriptions, graphs, analyses, conclusions, and suggestions for improvements to the service.

Keywords: customers, services, quality, satisfaction, improvements

1 INTRODUÇÃO

O Brasil vem ganhando destaque com a abertura de novas empresas. Segundo dados apresentados pelo Governo Brasileiro, somente em 2021, foram abertas mais de 4 milhões de companhias, sendo 670 mil novas empresas formais. O setor hoteleiro foi afetado pelo fato de depender do turismo e praticamente não foi realizado viagens a turismo durante a pandemia. Porém, com o fim da pandemia e decretos municipais, a população voltou a buscar por viagens. O Brasil é um país extremamente rico em diversidade, sendo capaz de explorar muito o turismo no país inteiro. Segundo uma pesquisa realizada pelo Governo, somente em 2019, o Brasil recebeu cerca de 6,3 milhões de estrangeiros a turismo. Gerando muita renda e emprego, o Brasil deveria incentivar mais os setores de turismo e hotelaria como outros países. São incentivados, financeiramente, tanto o turista quanto o empresário, afim de trazer riqueza e produtividade ao país.

A escolha do tema para este artigo ocorreu em função da experiência do discente nesta área de negócio. O autor deste trabalho atua na área comercial da empresa, há quase tres anos, e possui domínio na área comercial dessa organização.

Como objetivo geral, o próprio tema já é esclarecedor, ou seja, busca-se a Avaliação do nível de satisfação dos clientes com os serviços prestados pela Pousada SantaPira. Quanto aos objetivos específicos, buscou-se: (I) levantar dados sobre a realidade dos serviços prestados aos clientes pela empresa, (II) avaliar e analisar de forma crítica e reflexiva, os dados levantados e (III) desenvolver e sugerir melhorias dos serviços prestados.

Este tema é extremamente importante para o discente e para a empresa, pois possibilitou avaliar e conhecer o nível de satisfação dos clientes com os serviços prestados pela empresa, em quê estão mais satisfeitos e o que se pode melhorar para tornar a empresa cada vez mais competitiva no mercado. Para o curso, agrega bastante valor, pois possibilita uma consolidação de conhecimentos através de uma incursão prática em um ambiente de negócios, bem como a possibilidade de servir de estudo de caso em salas de aula, e enriquecer o acervo de trabalhos científicos na biblioteca da Puc Goiás.

Metodologicamente, o estudo desenvolveu-se através de uma abordagem tanto exploratória quanto qualitativa e quantitativa descritiva, suportada por métodos de pesquisa envolvendo a aplicação de instrumentos como entrevista para a gerência da pousada e questionários tanto para colaboradores quanto para os clientes, em amostragens configuradas por conveniência e acessibilidade, a fim de se obter os resultados que estão apresentados através de descrições, gráficos, análises, conclusões e sugestões de melhorias.

Enfim, acredita-se que por melhor que esteja a gestão de um negócio, sempre há o que melhorar para torná-la mais estratégica. Dessa forma, o foco define o limite do trabalho, o que está claro na exposição do próprio tema aqui apresentado.

Vale esclarecer que a pesquisa foi norteadada pela seguinte pergunta problema: Qual a realidade dos serviços prestados aos clientes, pela pousada SantaPira Lodge, e que sugestões de melhorias podem torná-la mais estratégica e competitiva no mercado?

2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

Administração

A administração é a área da ciência responsável por gerir os recursos humanos e materiais da empresa para extrair o maior valor de cada um deles. Para isso, há quatro funções administrativas: planejar, organizar, dirigir e controlar.

As principais áreas de atuação em administração são nos setores responsáveis por controle financeiro, recursos humanos e vendas. Administradores também podem atuar na definição de políticas corporativas, na coordenação de atividades de marketing, na organização de estoque e logística, na gestão de processos, entre outros.

Conforme os dados disponibilizados pelo IBGE, o Brasil possui 1.332.260 empresas registradas. Afinal, independentemente do porte ou do setor de atuação, toda e qualquer organização necessita de um administrador. Não importa se o foco da empresa é a venda de um produto ou de um serviço, uma liderança estratégica sempre vai ser indispensável.

Administrar é importante porque, assim como em qualquer área da vida, o planejamento faz parte da realização concreta de objetivos. O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) identificou que, entre as causas por trás do fracasso de empreendimentos no Brasil, estão a falta de um planejamento estratégico e de uma pesquisa de mercado eficiente, incluindo o levantamento acerca de clientes e concorrentes.

Segundo o Strong Business School, (2020), O Planejamento das ações de uma empresa define os objetivos e quais serão os meios selecionados para atingir os mesmos. Já a Organização é composta pela estruturação das atividades, o direcionamento dos relacionamentos dentro da empresa, o recrutamento e a avaliação e treinamento das equipes.

A Direção é um processo interpessoal. É nela que o administrador exerce sua liderança, por meio de uma motivação e comunicação efetiva. Por fim, o Controle é a função com o objetivo de garantir os resultados desejados. É a avaliação do plano executado e a aplicação de medidas corretivas.

Serviços

Segundo dados dos SEBRAE (2022), o setor de serviços já equivale a 73,1% do PIB o que nos demonstra o tamanho do valor dessa divisão na economia e a grande importância desse segmento para o país.

“A diferença entre produto e serviço, é que em geral um produto pode ser visto, tocado, sentido, armazenado e adquirido como propriedade física. Já um serviço é algo que não podemos tocar

e/ou mensurar de forma clara (ele é intangível), é produzido e consumido ao mesmo tempo (não é possível estocar para consumir depois) e que geralmente gera um valor percebido a uma ou mais pessoas. A variação no setor de serviços é gigante, citando alguns exemplos: empresas de consultoria, médicos, faculdades, entretenimento, salão de beleza, hotéis, pousadas, veterinários, transporte, palestras, advocacia, hospitais, escolas, imobiliárias, mecânicos, encanador, conserto de eletrodomésticos/eletrônicos, bancos, passeio com animais e etc.” (PONTES, 2020, LinkedIn).

Segundo Jucoski (2006), dentre todos os serviços prestados pela Administração Pública, aquele mais importante é o chamado serviço público essencial, que são àqueles serviços ou atividades indispensáveis a sobrevivência do ser humano.

Estão eles dispostos no artigo 10 da Lei 7783/89:

Art. 10 São considerados serviços ou atividades essenciais:

I - tratamento e abastecimento de água; produção e distribuição de energia elétrica, gás e combustíveis;

II - assistência médica e hospitalar;

III - distribuição e comercialização de medicamentos e alimentos;

IV - funerários;

V - transporte coletivo;

VI - captação e tratamento de esgoto e lixo;

VII - telecomunicações;

VIII - guarda, uso e controle de substâncias radioativas, equipamentos e materiais nucleares;

IX - processamento de dados ligados a serviços essenciais;

X - controle de tráfego aéreo;

XI - compensação bancária.

De acordo com o Governo Brasileiro, a Pesquisa Mensal de Serviços divulgada nesta quinta-feira também trouxe os dados do setor do mês de dezembro de 2021. O volume de serviços no Brasil cresceu 1,4% frente a novembro, na série com ajuste sazonal. Frente a dezembro de 2020, o setor teve sua décima taxa positiva consecutiva, 10,4%. O avanço de 1,4% do volume de serviços de novembro para dezembro de 2021, foi acompanhado por quatro das cinco atividades investigadas. Os destaques são os ganhos vindos de transportes (1,8%) e de serviços profissionais, administrativos e complementares (2,6%), com ambos avançando pelo segundo mês consecutivo. A Pesquisa Mensal de Serviços traz indicadores que revelam o comportamento conjuntural do setor de serviços no país. As cinco atividades pesquisadas são: serviços prestados às famílias; serviços de informação e comunicação; serviços profissionais, administrativos e complementares; transportes, serviços auxiliares aos transportes e correio; e outros serviços.

Qualidade

De acordo com o dicionário, a palavra qualidade é propriedade que determina a essência ou a natureza de um ser ou coisa tendo um grau negativo ou positivo de excelência.

A qualidade é vista de forma subjetiva devido aos seus variados e múltiplos pontos de vista, sendo representada por 7 dimensões diferentes, as quais tratam-se da conformidade, onde esta dimensão aborda a respeito do grau de concordância com as respectivas especificações, ou seja, reflete sobre o padrão do produto, o quanto ele está de acordo com as especificações (normas, leis, etc.).

Já na confiabilidade, esta dimensão aborda sobre o grau de isenção na ocorrência de falhas do produto para que este desempenhe de forma segura as suas funções. Em se tratando da durabilidade, nessa dimensão aborda-se sobre a vida útil do produto, ou seja, consiste no intervalo de tempo entre a substituição do produto. A imagem é a dimensão que está associada à percepção do cliente sobre o produto, ou seja, a estética, a imagem positiva ou negativa percebida sob a ótica do consumidor. O atendimento ao cliente é uma dimensão que procura assegurar a continuidade dos serviços que são oferecidos pelo produto, como assistência técnica e ao atendimento (WERKEMA, 1995).

Qualidade é a correção dos problemas e de suas causas ao longo de toda a série de fatores relacionados com marketing, projetos, engenharia, produção e manutenção, que exercem influência sobre a satisfação do usuário (FEIGENBAUM, 1986). Qualidade é ausência de defeitos (JURAN, 1989). Qualidade é a conformidade do produto às suas especificações, ou seja, é fornecer ao cliente exatamente aquilo que foi prometido (CROSBY, 1979). Qualidade é tudo aquilo que melhora o produto do ponto de vista do cliente, dessa forma, para ele, qualidade é algo que tem que mudar constantemente para se manter, já que o ponto de vista do cliente também muda (DEMING, 1986). Qualidade é desenvolver, projetar, produzir e comercializar um produto de qualidade que seja econômico, mais útil e sempre satisfatório para o consumidor (ISHIKAWA, 1986).

Competitividade

A competitividade empresarial ocorre quando negócios competem entre si por mercado, de modo que todos são impulsionados a melhorar continuamente para ganhar destaque frente a seus concorrentes. Isso se dá por meio do investimento em tecnologia para o desenvolvimento de bons produtos e serviços, pesquisas para conhecer seu público-alvo e proporcionar uma boa experiência para os clientes, e contratação de profissionais qualificados. SILVA (2021).

O termo “competitividade” pode ser bastante abrangente. Porém, quando diz respeito aos negócios, normalmente se trata do potencial de empresas produzirem soluções que sejam, simultaneamente, lucrativas e conquistem a preferência dos clientes.

Existem 4 princípios básicos que regem a competitividade empresarial:

- Capital humano
- Inovação
- Relacionamento
- Organização

Existem algumas formas de aplicar a competitividade de maneira saudável, dentre elas:

- Ter uma proposta de valor bem definida: por que sua empresa faz o que faz e por que ela é melhor que os concorrentes? Os clientes optam por uma marca por conta de inúmeras razões, mas uma delas é a identificação com seus valores;
- Construir fluxos de trabalho otimizados: a organização interna de uma instituição é determinante para o seu sucesso. Então, tenha ferramentas que otimizem o fluxo de trabalho, a eficiência e a comunicação, e aumentem a produtividade;
- Arriscar-se dentro de um limite seguro: ao implementar algo novo ou investir em uma inovação, defina uma estratégia de gerenciamento de riscos para estar preparado para eventuais contratemplos. Caso o projeto não alcance os resultados esperados, você conseguirá agir para reduzir danos e evitar perdas;
- Manter o cliente no centro de tudo: a estratégia customer centric coloca o cliente no centro de todas as decisões tomadas pela empresa e essa deve ser a referência para qualquer organização que almeja superar seus concorrentes. (SILVA, 2021)

Administração Estratégica

Segundo Amado (2018), como o nome indica, é a junção da estratégia, do planejamento, com a gestão de uma empresa. Um gestor que usa desse conceito visa dar um norte para a empresa, conseguindo estabelecer um foco e plano de ação que toda a hierarquia pode seguir, desde o líder até os seus colaboradores indiretos. Uma empresa sem ideia de administração estratégica pode até ter algum sucesso, mas estará muito mais exposta a riscos, não-calculados, que surgem na caminhada, como problemas com recursos, capital humano ou o avanço de concorrentes. Ou seja, mudanças no ambiente de negócios.

O campo da administração estratégica é um queridinho de pesquisadores da área de administração e gestão, tendo muito material disponível para ser analisado e estudado.

É curioso notar como a administração estratégica foi vital para diferenciar empresas que fizeram sucesso e as companhias que não conseguiram ser bem-sucedidas. Ou, então, saber o que fez uma companhia conseguir se reinventar enquanto outras ficaram pelo caminho com as mudanças ocorridas em seus meios. (SEBRAE, 2016).

Algumas alternativas estratégicas são:

- Estratégias de Crescimento: estratégia empresarial para aumentar os lucros, as vendas, ou a participação do mercado, aumentando o valor da empresa.
- Estratégias de estabilidade: quando há operações em diversos setores, a empresa pode querer concentrar suas operações, seus esforços administrativos, nas empresas existentes, sem aumentar suas unidades.
- Estratégias de redução: quando os resultados estão abaixo do esperado, ou a sobrevivência está desafiadora, a redução pode ser uma estratégia de melhoria da situação negativa, podendo ser de reviravolta – mudanças para melhoria; desinvestimento ou liquidação se for o caso.

3 Metodologia

3.1 Abordagem de pesquisa

Esta pesquisa contou com uma abordagem tanto exploratória, buscando o alcance de obras diversas que respaldasse o estudo proposto bem como uma abordagem quantitativa e qualitativa descritiva. Importante esclarecer que a investigação quantitativa atua em níveis de realidade e tem como objetivo trazer à luz dados, indicadores e tendências observáveis.

A investigação qualitativa, ao contrário, trabalha com valores, crenças, representações, hábitos, atitudes e opiniões (Minayo & Sanches, 1993).

3.2 Instrumentos de pesquisa

Os instrumentos de pesquisa utilizados, foram entrevista estruturada com a gerência da pousada e questionários fechados, tanto para os colaboradores quanto para os clientes.. A finalidade foi obter dados sobre a satisfação dos clientes com a pousada.

A definição de questionário é baseada em um instrumento de coleta de informações, utilizado em uma sondagem ou inquérito, e segundo Gil (2009), é uma técnica de investigação com questões que possuem o propósito de obter informações;

Já a entrevista, é um diálogo entre duas ou mais pessoas: entrevistador (es) e entrevistado (s). O principal objetivo é extrair declarações e informações sobre determinado assunto, e segundo Parasuraman (1991), é um conjunto de questões feito com o fim de gerar os dados necessários para se atingirem os objetivos de um projeto, sendo muito importante na pesquisa científica.

3.3 População

As populações ouvidas nessa pesquisa compõem-se da gerência da pousada, sendo uma gerente, 16 colaboradores e 228 clientes (hóspedes) com registros, que já frequentaram a Pousada.

O universo, ou população, é o conjunto de elementos que possuem as características que serão objeto do estudo, e a amostra, ou população amostral, é uma parte do universo selecionado a partir de um critério de representatividade (Vergara, 1997).

3.4 Amostra

A amostra foi composta pela única gerência, todos os clientes que nos foi possível acesso totalizando 36 clientes e 09 colaboradores, que tivemos acesso nos dias de pesquisa.

De acordo com Vergara (2010), amostra ou população amostral, é uma parte do universo escolhida, segundo algum critério de representatividade. Assim, a amostra objetiva extrair um subconjunto da população que é representativo nas principais áreas de interesse da pesquisa (ROESCH, 1999).

3.5 Procedimentos

Os questionários para os clientes foram enviados a todos *online*, através do Google Forms, com diversos quesitos para conseguir absorver ao máximo o nível de satisfação da população pesquisada. Os questionários para os colaboradores foram aplicados na própria pousada e a entrevista com o gestor foi realizada ‘in loco’, na própria pousada.

3.6 Resultados

Os resultados foram apresentados através de gráficos, descrições, transcrições, análises, conclusões e sugestões de melhorias no atendimento da pousada.

4. RESULTADOS

Neste item estão apresentados os resultados obtidos na pesquisa, possibilitando uma visão da realidade encontrada.

4.1 Dados obtidos através de entrevista com a gerente da Pousada, Andreia Ramos

A entrevista com a atual gerente, Sra. Andréia Ramos, foi iniciada buscando identificar o tempo em que ela se tornou gerente da empresa. Comentou que tornou-se gerente da pousada há 5 meses atrás. Ela, além de gerente, também assume a posição de Chef de Cozinha. Ao ser questionada se ela conseguia aplicar uma administração participativa envolvendo os colaboradores ela alegou que sim, e que nunca trabalha sozinha. Contando sempre com a participação de todos os funcionários e desenvolvendo um papel fundamental na empresa, que é o trabalho em equipe.

Foi possível verificar que ela tem autonomia para tomar decisões dentro da organização, porém, na maioria das vezes, ela toma as decisões juntamente com os seus superiores. Em seguida, questionada como ela se sente em seu cargo e se ela gostaria de assumir outra posição dentro da empresa. Ela respondeu que se sente bem no seu cargo e gosta muito do que faz, mas para assumir outra função, dependeria muito do que seria e da proposta que seria oferecida a ela.

Quanto aos clientes, foi questionado se ela costuma acompanhar o registro dos clientes desde a reserva até o acolhimento dos mesmos na SantaPira, e ela respondeu que não costuma acompanhar o registro dos clientes desde a reserva, pelo fato de ser outra pessoa responsável por essa área, mas a partir do momento que o cliente chega na pousada, ela acompanha tudo de perto. No que tange a se ela acredita que a Pousada está sempre preparada para oferecer um atendimento de excelência, e informou que acredita sim. Relatou que muitas vezes acontecem imprevistos e contratempos, mas que estão sempre melhorando e aprendendo quando ocorrem esses problemas.

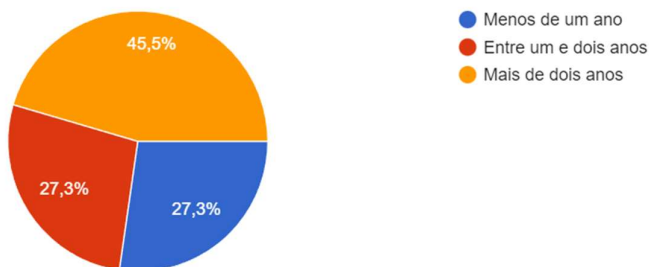
Sobre a realização de inspeções nas suítes e espaços da pousada, diariamente, por ela, para garantir excelência na prestação de serviços aos clientes, ela contou que, diariamente não, mas que sempre quando entram e sai clientes, ela acaba conferindo tudo na pousada. Indaga se há um acompanhamento com cada colaborador, no dia a dia, para saber se está desenvolvendo sua atividade conforme foi atribuída ela explicou que sim, que diariamente ela acompanha um a um para saber se está sendo tudo bem feito e se cada um está desempenhando sua função

conforme foi atribuída. Em seguida, buscou-se saber se ela considera que desempenha um bom papel enquanto gerente e ela afirmou que considera que sim, está realizando um bom trabalho enquanto gerente. Após isso, buscou-se a opinião dela sobre a visão que ela tem sobre os aspectos estratégicos, tecnológicos, formação das pessoas (colaboradores), qualidade dos serviços em si, que promovem o atendimento realmente esperado pelo cliente e ela me relatou que sim, porém, as vezes as coisas fogem do controle deles e o cliente não fica 100% satisfeito, mas na maioria das vezes tem o melhor retorno dos clientes, e sempre quando dá algo de errado, ela reúne a equipe e procuram meios de corrigir os erros.

Para finalizar foi questionado se a ela se imagina trabalhando na empresa por muito tempo, e ela contou que sim, se imagina trabalhando na empresa por muito tempo. Questionada sobre suas críticas e sugestões para melhoria do atendimento aos clientes da pousada, ela iniciou contando que iniciou na pousada este ano e a temporada de pesca já havia iniciado há 3 meses. Aos poucos, foram ajustando e alinhando todos os detalhes mas ainda tem muito a melhorar, e sempre buscando excelência. Um ponto, segundo ela, que precisa ser melhorado, é o atendimento direto com o cliente, ajustar alguns detalhes com os guias de pesca, almoço no Rio, melhorar tira-gosto. Segundo ela, são fatores que já foram conversados agora, no encerramento da temporada, e vão providenciar melhorias para o início da próxima temporada para iniciar 2023 com o máximo de excelência possível.

4.2 Dados levantados com aplicação de questionário para os clientes

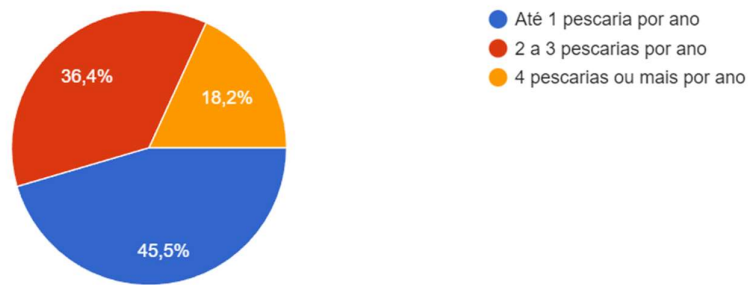
1. Há quanto tempo você conhece e é cliente da Santapira Lodge?



Fonte: Dados primários, 2022

Percebe-se que a maioria dos clientes (45,5%) conhecem a SantaPira Lodge há mais de dois anos, 27,3% conhecem entre um e dois anos e 27,3% conhecem há menos de um ano.

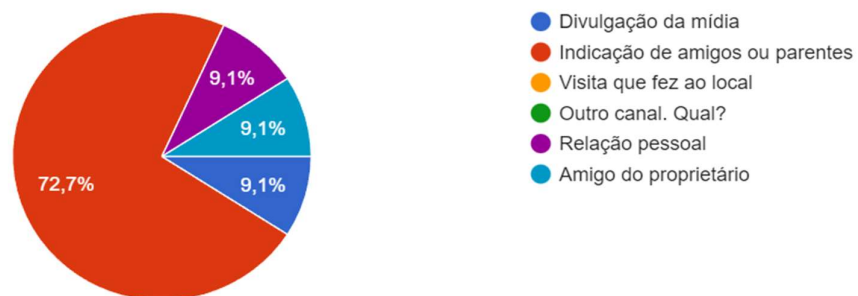
2. Costuma realizar quantas pescarias na pousada, por ano?



Fonte: Dados primários, 2022

Cerca de 45% dos clientes, realiza até 1 pescaria por ano, 36,4% realiza de 2 a 3 pescarias por ano e 18,2%, realiza 4 pescarias ou mais por ano.

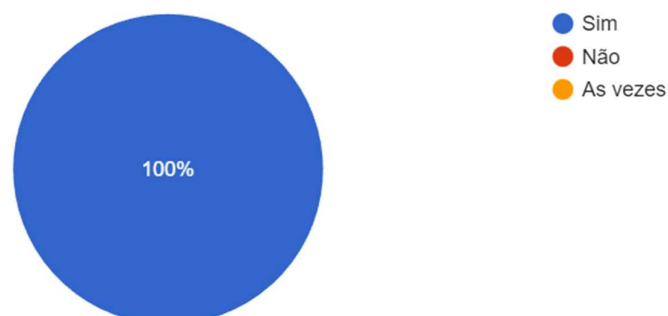
3. Como você se tornou da Santapira?



Fonte: Dados primários, 2022

A grande maioria dos clientes (72,7%) tornaram-se clientes através de indicação de amigos ou parentes, o restante, tornaram-se clientes através de relação pessoal, amigo do proprietário e divulgação de mídia.

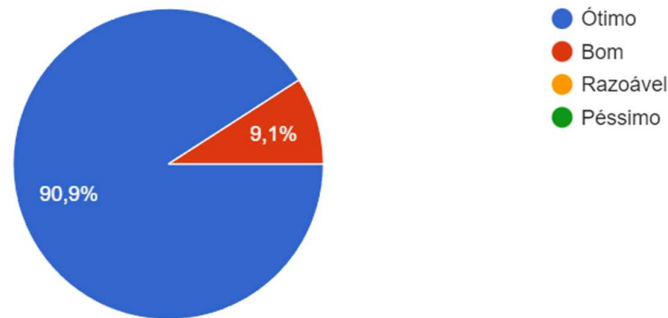
4. Você costuma ser bem acolhido na recepção a cada vez que se hospeda na Pousada?



Fonte: Dados primários, 2022

Dos clientes que responderam a pesquisa, 100% deles costumam ser bem acolhidos na recepção cada vez que se hospeda na Pousada.

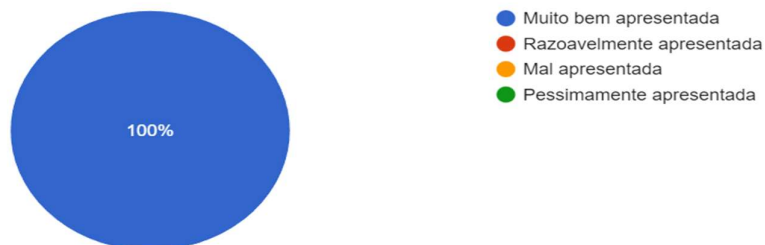
5. De modo geral, o que voce acha do atendimento da pousada?



Fonte: Dados primários, 2022

Percebe-se, que de modo geral, os clientes estão satisfeitos com o atendimento da pousada. Sendo que 90,9% considera o atendimento da pousada ótimo e 9,1% considera um bom atendimento.

6. Inicialmente, a pousada foi bem apresentada a você?



Fonte: Dados primários, 2022

Todos os clientes que responderam o questionário, 100% consideraram que a pousada foi muito bem apresentada a eles desde que a conheceram.

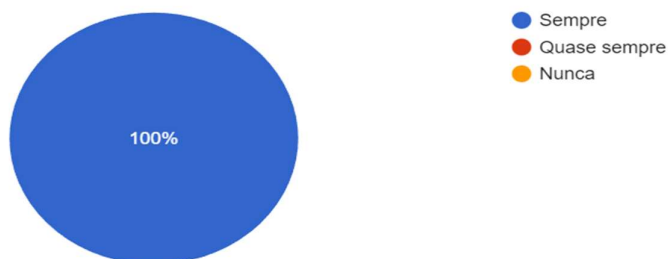
7. Quando você se hospeda na Pousada, as suítes costumam estar bem equipadas, limpas e climatizadas?



Fonte: Dados primários, 2022

100% dos clientes alegaram que sim para a questão relativa às condições das suítes em suas hospedagens.

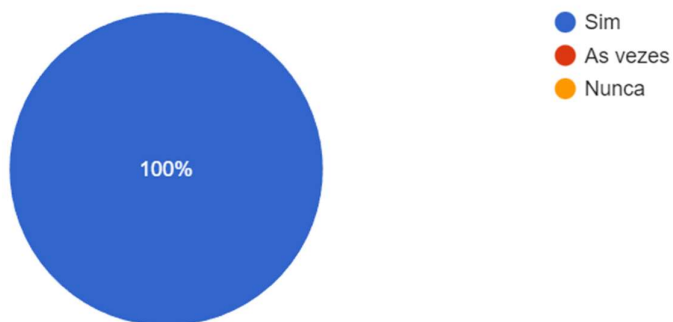
8. A equipe de arrumação costuma ser simpática e presta um bom serviço?



Fonte: Dados primários, 2022

Para os clientes que responderam o questionário, 100% deles consideram a equipe de arrumação simpática e que presta um bom serviço a pousada.

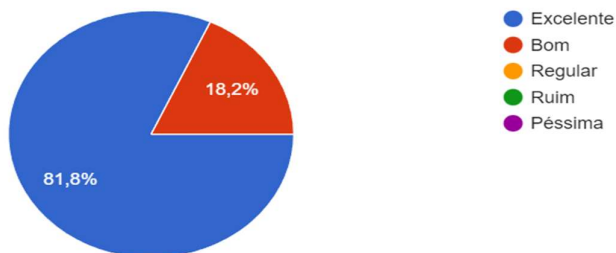
9. A equipe como um todo da pousada se mostra bem informada e pronta para negociar e dar informações aos clientes?



Fonte: Dados primários, 2022

100% dos clientes consideram a equipe como um todo se mostra bem informada e pronta para negociar e das informações aos clientes.

10. Você acha a manutenção e conservação da Pousada suficiente para um bom atendimento aos clientes?



Fonte: Dados primários, 2022

A grande maioria dos clientes (81,8%) considera a manutenção e conservação da pousada excelente e, 18,2%, considera como bom.

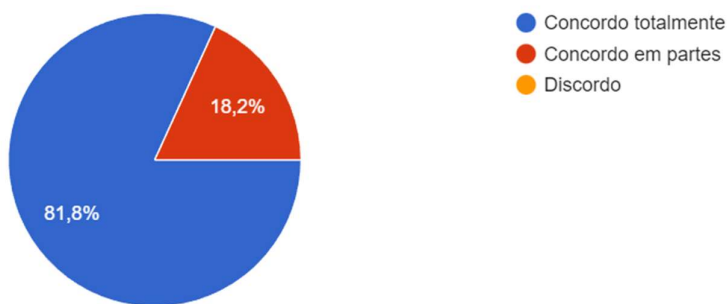
11. De modo geral, você considera a pousada pronta para atender seus clientes com qualidade?



Fonte: Dados primários, 2022

Em linhas gerais, 100% dos clientes consideram a pousada extremamente preparada para atender seus clientes com qualidade.

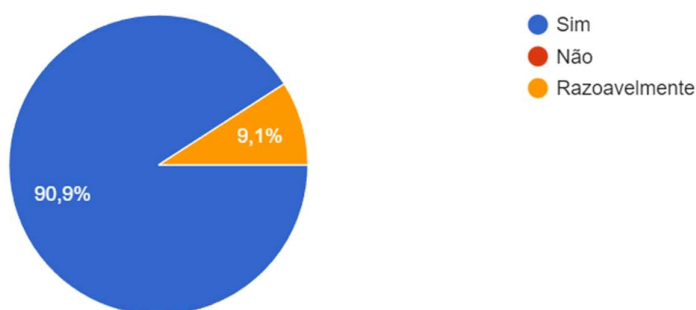
12. Estrategicamente, você acha que a Pousada consegue envolver o cliente a ponto de fazê-lo tornar-se fiel e dar preferência à Pousada sempre?



Fonte: Dados primários, 2022

Dos clientes entrevistados, 81,8% concorda totalmente que a pousada consegue envolver o cliente a ponto de torná-lo fiel e, 18,2% concorda em partes.

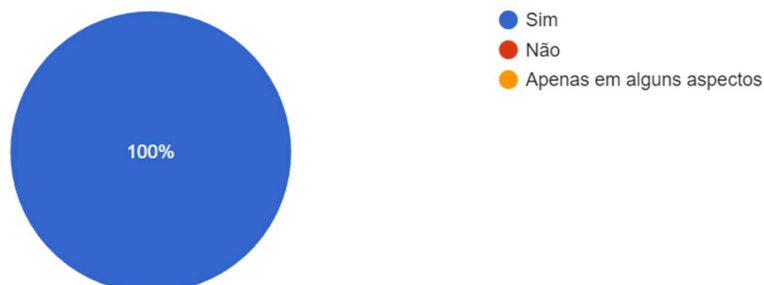
13. No que tange ao entretenimento, a pescaria atendeu às suas expectativas?



Fonte: Dados primários, 2022

No que está relacionado a pescaria, 90,9% dos clientes consideram que foram atendidas as suas expectativas e, 9,1%, foram atendidas razoavelmente.

14. Você consegue ver qualidade em praticamente tudo que a Pousada desenvolve e oferece aos clientes (Como: pescaria, alimentação, área de lazer, suítes e etc)?



Fonte: Dados primários, 2022

100% dos clientes entrevistados, conseguem ver qualidade em, praticamente, tudo o que a pousada desenvolve e oferece aos clientes.

15. Quais são suas críticas e sugestões para o melhor atendimento da Pousada?

As colocações opiniões foram as seguintes:

Gostaria de fazer um elogio, a pousada superou minhas expectativas em todos os sentidos, vale a pena a viagem e a experiência!!

Pousada excelente.

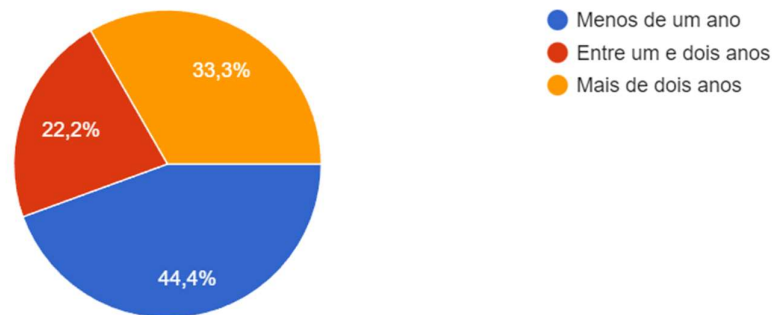
Como nada é perfeito, tinha que ter um ponto negativo, que no caso é o difícil acesso. Porém, isso é um preço minúsculo a ser pago em relação a ter uma ótima experiência na Santa Pira Lodge.

Pousada perfeita, só manter o padrão .

Além da pescaria dos peixes grandes, deveria ter opções para mais pescas diversificadas.

4.3 Dados obtidos com o questionário aplicado aos colaboradores

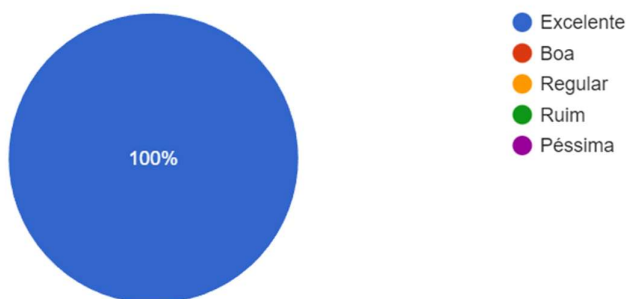
1. Há quanto tempo você trabalha na Pousada SantaPira Lodge?



Fonte: Dados primários, 2022

Dos colaboradores entrevistados, 44,4% trabalha há menos de um ano, 33,3% mais de dois anos e 22,2% entre um e dois anos.

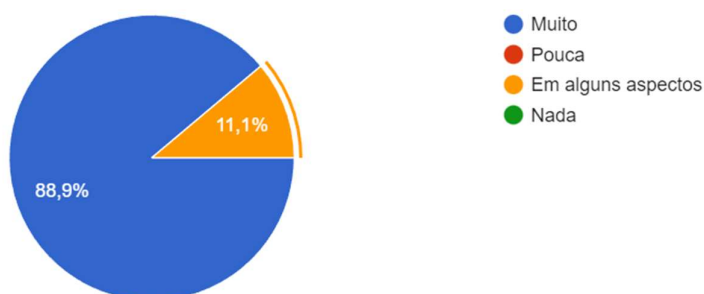
2. Qual a impressão você teve desde quando conheceu a SantaPira Lodge?



Fonte: Dados primários, 2022

Dos colaboradores entrevistados, 100% tiveram uma boa impressão desde que conheceram a SantaPira.

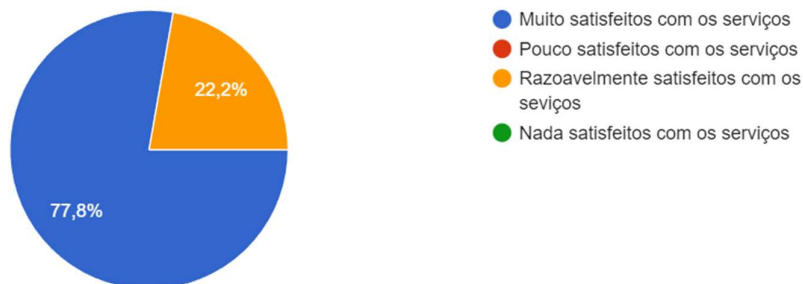
3. Você acha que, de quando você veio trabalhar na pousada, para hoje, ela melhorou em seus serviços?



Fonte: Dados primários, 2022

Dos clientes que responderam os questionário, 88,9% acreditam que a pousada melhorou muito em seus serviços desde a sua chegada e 11,1% acreditam que melhorou em alguns aspectos.

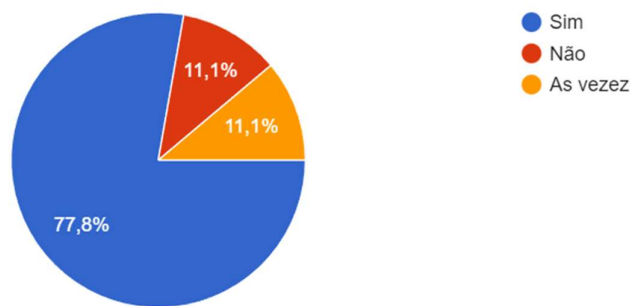
4. Sua percepção quanto aos clientes da Pousada é de que eles são:



Fonte: Dados primários, 2022

77,8% dos colaboradores acreditam que os clientes estão muito satisfeitos com os serviços e 22,2% estão razoavelmente satisfeitos com os serviços.

5. Você percebe seus colegas conectados com você e engajados na busca da excelência do atendimento aos clientes?



Fonte: Dados primários, 2022

Dos clientes entrevistados, 77,8% percebem seus colegas engajados com eles na busca de excelencia do atendimento, 11,1% acredita que as vezes e 11,1% acredita que não.

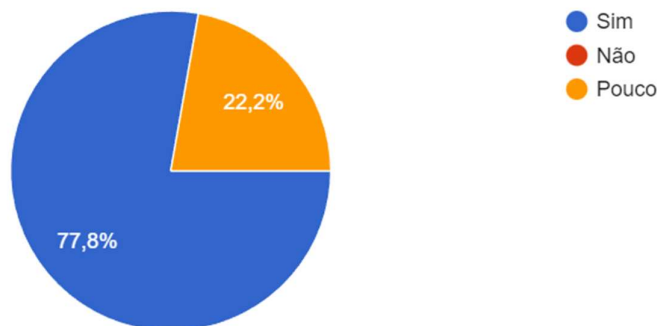
6. Na sua opinião, a Pousada está física e tecnologicamente bem preparada para oferecer boa hospedagem?



Fonte: Dados primários, 2022

Todos os clientes entrevistados acreditam que a pousada está física e tecnologicamente bem prepara para oferecer boa hospedagem.

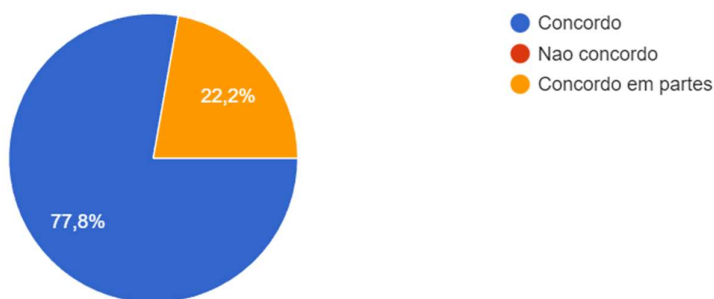
7. Você se sente bem treinado para atender bem o cliente hospedado?



Fonte: Dados primários, 2022

Dos colaboradores que participaram do questionário, 77,8% considera bem treinado para atender o cliente hospedado e 22,2% considera pouco treinado.

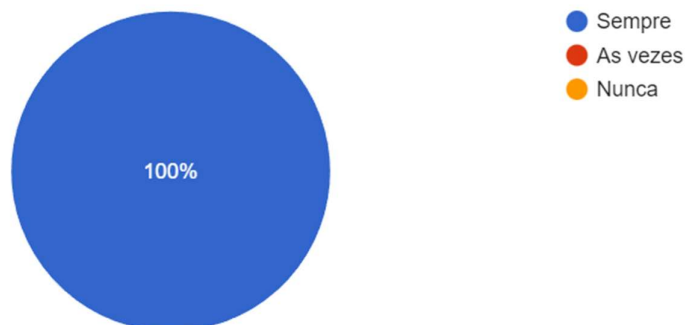
8. Comparando com as outras Pousadas, você acha que a Pousada é estratégica nas forma de 'surprender' os clientes com seu atendimento?



Fonte: Dados primários, 2022

Dos colaboradores entrevistados, 77,8% acreditam que a pousada é estratégica nas forma de 'surprender' os clientes com seu atendimento e 22,2% concorda em partes.

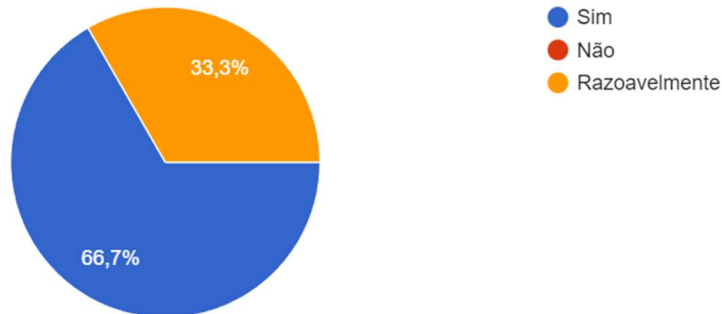
9. Você percebe se tudo que é oferecido aos clientes na Pousada é feito com qualidade (atendendo os requerimentos deles)?



Fonte: Dados primários, 2022

100% dos colaboradores entrevistados, consideram que tudo que é oferecido na pousada é feito com qualidade.

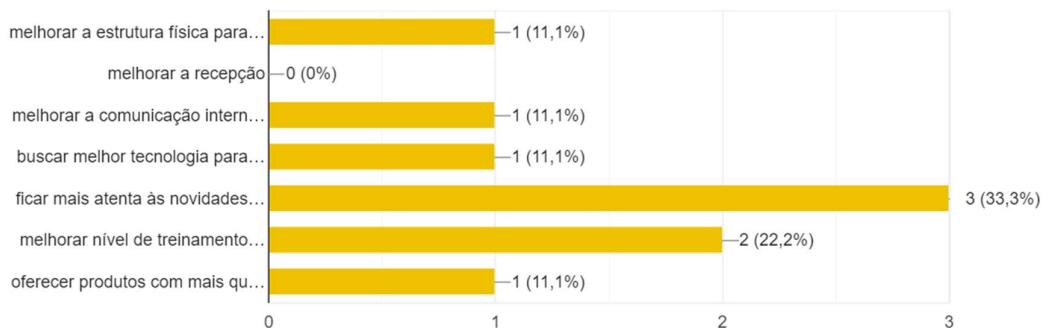
10. Você se sente feliz trabalhando na Pousada, considerando relação com os colegas, com a gerência, condições de trabalho, salário, bonificações etc?



Fonte: Dados primários, 2022

66,7% dos colaboradores se sentem feliz trabalhando na Pousada, considerando relação com os colegas, com a gerência, condições de trabalho, salário, bonificações.. e 33% está razoavelmente feliz

11. Quais críticas e sugestões você tem para levar a Pousada a melhorar no seu atendimento?



Fonte: Dados primários, 2022

CONCLUSÕES E SUGESTÕES

Podemos perceber que para a empresa é fundamental entender o nível de satisfação dos seus clientes. Isso trás benefícios enormes para ela, como fidelização de cliente, indicação para amigos e até mesmo perceber onde pode melhorar dentro da própria empresa. Os clientes satisfeitos, tem uma chance muito grande de se tornarem fiéis ao negócio, não só do ramo de hospedagem. Se um cliente está satisfeito com o que está sendo oferecido, dificilmente ele

procuraria um mesmo produto de outra empresa, por isso é tão importante que ele fique o mais satisfeito possível. No geral, a pesquisa foi satisfatória e será apresentada à empresa para mostrar a entrevista e ponto de vista da gerência, a visão dos colaboradores em relação a satisfação dos clientes e os resultados obtidos na aplicação do questionário com os próprios clientes.

Ao analisar os resultados, pode-se perceber que a empresa oferece muito bom, mas pode melhorar em alguns aspectos. Percebe-se que não existe um entrosamento muito grande entre os colaboradores e deveria ser, pelo fato de um ter que ajudar muito ao outro em suas tarefas. Portanto, uma sugestão seria a Pousada promover eventos mensais, como uma espécie de “comemoração” entre os colaboradores e mostrar a importância da integração e conexão com tudo da empresa, tanto para eles, quanto para a pousada. Um ponto positivo nesse negócio é que os colaboradores são extremamente bem gratificados pelos clientes, sendo de grande costume receber boas gorjetas no final de cada pescaria. De certa forma isso acaba agregando e promovendo grande motivação por parte do colaborador para oferecer um atendimento de excelência ao cliente.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CROSBY, P.B. Quality is Free. New York: New American Library, 1979.

DEMING, W. E. (1986). Out of the Crisis. Cambridge, MA: Center for Advanced Engineering Study, Massachusetts Institute of Technology.

FEIGENBAUM, A. V. (1986). Total Quality Control. New York: McGraw-Hill. (JURAN, 1989).

GIL, Antônio Carlos. Métodos e técnicas de pesquisa social. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GOVERNO FEDERAL. 31/10/2022 17h24. Serviços e Informações do Brasil. Disponível em: < <https://www.gov.br/pt-br/noticias/trabalho-e-previdencia/2022/02/setor-de-servicos-cresce-10-9-com-altas-nas-cinco-atividades-pesquisadas> >.

ISHIKAWA, K. TQC Total Quality Control. In: MISHIMURA, M. Estratégia e Administração da Qualidade. São Paulo: IMC Internacional Sistemas Educativos, 1986.

JUCOSKI, K. B. 15/07/2006. Direito Administrativo. Os serviços públicos. Disponível em < <https://www.direitonet.com.br/artigos/exibir/2699/Os-servicos-publicos> >.

MINAYO, M. C. S. & SANCHES, O. Quantitative and Qualitative Methods: Opposition or Complementarity? Cad. Saúde Públ., Rio de Janeiro, 9 (3): 239-262, jul/sep, 1993

PONTES, A. Regional Sales Support Manager. Serviços e suas características. 09/03/2019. Linked In. Disponível em: < <https://pt.linkedin.com/pulse/o-que-s%C3%A3o-servi%C3%A7os-e-quais-suas-caracteristicas-alexandre-pontes> > Acesso em 14 de Maio de 2022.

ROESCH, Sylvia Maria Azevedo; BECKER, Grace Vieira; MELLO, Maria Ivone de. Projetos de estágio e de pesquisa em administração: guia para estágios trabalhos de conclusão, dissertações e estudos de caso. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

SEBRAE (2022) Micro e pequenas empresas geram 27% do PIB do Brasil. MERCADO E VENDAS.

Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/mt/noticias/micro-e-pequenas-empresas-geram-27-do-pibdobrasil,ad0fc70646467410VgnVCM2000003c74010aRCRD> >

SILVA, D. Web Content & SEO Associate, LATAM, (09/07/2021). Disponível em: <<https://www.zendesk.com.br/blog/competitividade-empresarial/#:~:text=O%20que%20%C3%A9%20competitividade%20empresarial,destaque%20frente%20a%20seus%20concorrentes> >.

VERGARA, Sylvia Constant. Projetos e relatórios de pesquisa em administração. 12. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

WERKEMA, M. C. C. As Ferramentas da Qualidade no Gerenciamento de Processos. Belo Horizonte: Fundação Christiano Ottoni, 1995.

RESOLUÇÃO n° 038/2020 – CEPE

ANEXO IV

APÊNDICE ao TCC

Termo de autorização de publicação de produção acadêmica

O(A) estudante Luciane Allen Emery de Souza Filho
do Curso de Administração, matrícula 2019100230047-5,
telefone: (62) 98632.4320 e-mail lucianofilho1901@hotmail.com, na
qualidade de titular dos direitos autorais, em consonância com a Lei n° 9.610/98 (Lei dos
Direitos do autor), autoriza a Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUC Goiás) a
disponibilizar o Trabalho de Conclusão de Curso intitulado
Avaliação do nível de satisfação dos alunos com os serviços
prestados pela Santa Rita Lodge,
gratuitamente, sem ressarcimento dos direitos autorais, por 5 (cinco) anos, conforme
permissões do documento, em meio eletrônico, na rede mundial de computadores, no formato
especificado (Texto (PDF); Imagem (GIF ou JPEG); Som (WAVE, MPEG, AIFF, SND);
Video (MPEG, MWV, AVI, QT); outros, específicos da área; para fins de leitura e/ou
impressão pela internet, a título de divulgação da produção científica gerada nos cursos de
graduação da PUC Goiás.

Goiânia, 13 de Dezembro de 2022.

Assinatura do(s) autor(es): Luciane Allen Emery de Souza Filho

Nome completo do autor: Luciane Allen Emery de Souza Filho

Assinatura do professor-orientador: 

Nome completo do professor-orientador: MARCOS DE FREITAS PINTAUD.