

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

Avaliação da excelência do modelo de consultoria da LURE

Assessment of excellence LURE's consulting model

Linha de pesquisa: Gestão Estratégica

Discente: Arthur Bruno Negri Souza

Orientador: Msc. Marcos de Freitas Pintaud

Avaliador(a): Msc. Ricardo Resende Dias

Avaliador(a): Msc. Tereza Cristina Pinheiro de Lima

RESUMO

Este trabalho teve como objetivo avaliar o nível de satisfação dos clientes com o modelo de consultoria da LURE Consultoria, relacionando essa percepção à forma como a empresa estrutura sua proposta de valor, seus processos de entrega e seu sistema de gestão. Adotou-se pesquisa aplicada, descritiva, com abordagem qualitativa e quantitativa, por meio de entrevista com o Diretor de Estratégia, aplicação de questionários a clientes e colaboradores e uso de ferramentas de gestão, como fluxograma dos ritos de gestão, análise SWOT e diagrama de Ishikawa. Os resultados evidenciam alto grau de satisfação dos clientes quanto ao atendimento, à qualidade técnica das entregas, à comunicação, ao cumprimento de prazos e ao custo-benefício, bem como elevada intenção de recomendação da marca. Conclui-se que a LURE dispõe de base sólida para avançar a um novo patamar de diferenciação regional, mediante propostas de aperfeiçoamentos incrementais que tornem o valor gerado mais visível, mensurável e sustentado ao longo do tempo.

Palavras-chave: satisfação do cliente; consultoria empresarial; gestão de serviços; indicadores de desempenho; diagnóstico organizacional.

ABSTRACT

This study aimed to assess the level of customer satisfaction with LURE Consulting's advisory model, linking this perception to how the firm structures its value proposition, delivery processes and management system. An applied, descriptive research design with qualitative and quantitative approaches was adopted, using an interview with the Strategy Director, questionnaires administered to clients and employees, and management tools such as a management-rituals flowchart, SWOT analysis and Ishikawa diagram. The findings show a high degree of customer satisfaction regarding service, technical quality of deliverables, communication, compliance with deadlines and scope, and cost-benefit, as well as a strong intention to recommend the brand. The study concludes that LURE has a solid foundation to reach a new level of regional differentiation through incremental improvements that make the value generated more visible, measurable and sustainable over time.

Keywords: customer satisfaction; business consulting; service management; performance indicators; organizational diagnosis.

INTRODUÇÃO

O setor de consultoria empresarial no Brasil tem se consolidado como vetor de difusão de práticas gerenciais, suporte à tomada de decisão e aceleração de mudanças organizacionais. Em Goiânia (GO), observa-se um ecossistema composto por consultorias que atendem empresas de diferentes portes e setores, oferecendo serviços de diagnóstico, planejamento, execução assistida e mensuração de resultados. Nesse contexto, ganha relevância a avaliação sistemática da satisfação dos clientes com os serviços de consultoria, uma vez que tal indicador orienta o aperfeiçoamento de processos, o alinhamento de expectativas e a sustentabilidade das relações de longo prazo entre consultorias e organizações contratantes. A mensuração da satisfação, quando estruturada, fornece evidências sobre a aderência do serviço prestado às necessidades dos clientes e sobre a capacidade do modelo de intervenção em gerar valor percebido.

A LURE é uma empresa de consultoria sediada em Goiânia, fundada com a proposta de apoiar organizações na estruturação de seus processos decisórios por meio de diagnóstico, planejamento estratégico, desdobramento de metas e implantação de rotinas de acompanhamento. Seu modelo de atuação, sistematizado internamente com contribuições de Ronaldo Guedes, organiza projetos em macro etapas: análise situacional (mapeamento de processos, levantamento de fraquezas e oportunidades), formulação estratégica (definição de objetivos, indicadores e iniciativas), execução assistida (planos de ação, governança e ritos de acompanhamento) e avaliação de resultados (lições aprendidas e ajustes).

Alguns itens de gestão usualmente associados ao modelo da LURE são o Planejamento Estratégico com desdobramento em mapas e painéis de indicadores, o uso de Balanced Scorecard (BSC) como referência para equilibrar perspectivas de desempenho, a análise SWOT para leitura de ambiente interno e externo, o ciclo PDCA para melhoria contínua, a técnica de diagrama de causa e efeito (Ishikawa) para investigação de causas-raiz e o emprego de fluxogramas para padronização de processos. Em projetos que demandam agilidade, são incorporados elementos de gestão por objetivos (OKR) como instrumento de foco e priorização. Essas técnicas, articuladas em um fluxo de diagnóstico–planejamento–execução–controle, constituem a base conceitual do modelo de consultoria a ser avaliado quanto à satisfação dos clientes.

A literatura de serviços e de gestão estratégica apresenta ampla discussão sobre satisfação do cliente, qualidade percebida e valor, mas há lacunas quando se trata de mensurar, de forma sistemática, a satisfação de clientes de consultorias regionais com modelos de intervenção proprietários. Frequentemente, análises concentram-se em grandes firmas ou em setores específicos, deixando menos explorado o universo de consultorias locais cuja atuação é relevante para ecossistemas empresariais regionais. Diante desse cenário, torna-se oportuno conduzir um estudo aplicado que privilegie a mensuração direta de percepções dos clientes, sem inferências causais além do escopo, e com aderência a boas práticas de transparência e rigor metodológico.

O objetivo geral deste trabalho consiste em avaliar o nível de satisfação dos clientes da LURE com o modelo de consultoria prestado. Para atingir esse propósito, foram estabelecidos quatro objetivos específicos coerentes com a estratégia metodológica: I) Levantar dados acerca do modelo de consultoria empregado pela Lure; II) avaliar e analisar os dados levantados; III) desenvolver sugestões de melhorias para maior eficiência do modelo; IV) Apresentar proposta de implementação das sugestões de melhorias.

A importância do estudo manifesta-se em dimensões acadêmica, prática e social. No plano acadêmico, a pesquisa contribui para o adensamento do debate sobre avaliação de serviços profissionais ao aplicar métricas de satisfação a um caso de consultoria regional e ao discutir a integração entre desenho do serviço, experiência do cliente e mecanismos de controle

gerencial. No plano prático, os resultados podem orientar ajustes no modelo da LURE, desde a explicitação de premissas até a priorização de melhorias de comunicação, governança e padronização de entregas, com potencial impacto em retenção, reputação e eficiência operacional. No plano social, a qualificação de serviços de consultoria tende a favorecer o desempenho de micro, pequenas e médias empresas em Goiânia e região, contribuindo para competitividade, manutenção de empregos e desenvolvimento local. Em termos de oportunidades, o trabalho cria condições para institucionalizar um sistema de indicadores de satisfação, estabelecer metas e rotinas de monitoramento e fomentar ciclos de aprendizagem. Quanto à viabilidade, o estudo conta com o apoio de um docente para orientações gerais acerca do que foi estabelecido nos objetivos, biblioteca para exploração de teorias pertinentes ao foco do estudo, PROA para o discente ter espaço adequado na academia para o desenvolvimento do trabalho e discussões necessárias com o orientador, empresa Lure abrindo as portas para as investigações necessárias ao processo de pesquisa, laboratórios disponibilizados ao aluno para incursões na internet e digitação do trabalho.

O estudo tem como limite o que já está expresso no tema do trabalho, ou seja: Avaliar o nível de satisfação dos clientes com o modelo de consultoria da LURE. Problematicando a questão em estudo, tem-se que por mais que o modelo de consultoria da Lure esteja alicerçado no propósito de promover com eficiência o melhor atendimento às organizações que buscam melhorias para maior competitividade e sucesso no mercado, existe a certeza de que incrementos são possíveis, sempre, em modelos que buscam estar plenamente atualizados em relação aos novos requerimentos dos clientes e que acabam servindo de indicadores para revisão e superação de limitações que surgem, naturalmente, ao longo do tempo, no trabalho de uma consultoria. Sendo assim, tem-se como pergunta problema: Qual o nível de satisfação dos clientes com o modelo de consultoria da Lure?

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Gestão Empresarial

No mundo cada vez mais disruptivo em que estamos vivendo, gestão empresarial se faz necessária na busca da adaptação, alinhamento e sucesso necessários à perpetuação de qualquer empresa. Pode-se dizer que gestão empresarial compreende o conjunto de processos, estruturas e decisões voltadas à consecução de objetivos organizacionais em ambientes competitivos e dinâmicos.

Sobre as obras clássicas de administração, Chiavenato (2022, p.25) sistematiza "os fundamentos do planejamento, da organização, da liderança e do controle"; Maximiano (2021) e Robbins e Coulter (1998) também apresentam esses fundamentos. Esses mesmos autores enfatizam que "o desempenho resulta do alinhamento entre estratégia, estrutura e pessoas, bem como da capacidade de aprendizagem organizacional contínua" (Chiavenato, 2022, p. 88; Maximiano, 2021, p. 115; Robbins e Coulter, 1998, p. 75).

No contexto brasileiro, abordagens contemporâneas reforçam a gestão orientada a resultados e a criação de valor. Oliveira (2010) discute "a importância de sistemas de gestão focados em resultados e competências essenciais" (p. 52), enquanto Santos(2007) apresenta "um manual prático de gestão empresarial adequado à realidade das empresas nacionais" (p. 10). Em perspectiva estratégica Tavares (2010, p.33) destaca "o planejamento e a execução como eixos integradores da ação gerencial.

A literatura recente também ressalta a centralidade do propósito como vetor de engajamento e de diferenciação competitiva. Reiman (2013, p.40) argumenta que "o propósito organiza e alinha stakeholders, fortalecendo marcas e capacidades internas". Paralelamente, autores, dentre eles Kaufman (2012, p.18), consolidam "princípios transversais de criação de valor, tomada de decisão e produtividade individual, úteis a gestores e consultores; Por fim, a

transformação digital e a inteligência artificial (IA) reconfiguram rotinas, estruturas e modelos de negócio. Iansite E Lakhani (2021, p.20) evidenciam como "arquiteturas operacionais habilitadas por dados e algoritmos criam escalas sem precedentes e exigem novas formas de governança"; Lee (2019, p.110) discute "implicações geopolíticas e setoriais da IA", enquanto Rahman (2022, p.15) oferece "uma introdução acessível aos conceitos e limites do aprendizado de máquina aplicados à gestão". Esses referenciais amparam a análise do modelo de consultoria em estudo, que busca integrar fundamentos clássicos de administração a abordagens digitais e orientadas a dados.

Gestão em Serviços

Hoje, Serviços vem adentrando cada vez mais o mundo dos negócios. Empresas de consultoria estão inseridas no setor de serviços intensivos em conhecimento, em que a experiência do cliente, a confiabilidade e a coprodução de valor são determinantes do desempenho.

A literatura de operações e estratégia em serviços, representada por Fitzsimmons (2014) e Ganesi e Corrêa (2006), trata "do desenho de processos, da gestão de capacidade e da variação da demanda, propondo a adequação entre oferta, recursos e expectativas do cliente" (Fitzsimmons, 2014, p. 150). No campo do marketing de serviços, Zeitham, Bitner e Gremler (2014, p.80) aprofundam "conceitos como qualidade percebida, lacunas (gaps) de e serviço e estratégias de recuperação, orientando métricas e práticas para elevar a satisfação".

Cobra (2020) e Fleury (2006) complementam a perspectiva ao enfatizar "posicionamento, relacionamento e construção de marcas em contextos de alto contato, essenciais para consultorias que dependem de reputação, confiança e resultados percebidos" (Cobra, 2020, p. 95). Schmenner (1999, p.42) contribui com "o mapeamento das operações de serviços segundo intensidade de trabalho e de interação/aleatoriedade, sinalizando trade-offs operacionais relevantes ao desenho do portfólio de projetos e à padronização versus customização na consultoria".

Consultoria Empresarial

Vem crescendo cada vez mais a busca das empresas por consultorias que possam auxiliá-las na busca de soluções para problemas operacionais e de gestão que as impedem de deslanchar e obter os resultados desejados.

A consultoria empresarial pode ser compreendida como "um processo de intervenção orientado a resultados, no qual um especialista externo apoia a organização-cliente na identificação de problemas, na formulação de soluções e na implementação de mudanças" (BLOCK, 2012, p. 15). A prática efetiva, por sua vez, "requer contrato psicológico claro, gestão de expectativas, transferência de conhecimento e competências de facilitação" (MERRON, 2005, p. 60).

No contexto nacional, Berti (2012, p. 18) descreve "métodos de diagnóstico e elaboração de relatórios de viabilidade"; enquanto Oliveira (2019, p. 125) detalha "diretrizes para contratação, condução e avaliação de projetos de consultoria.

Mudanças organizacionais frequentemente acompanham projetos de consultoria. A abordagem de Kotter (1996, p. 21) estrutura um processo em etapas — "da criação do senso de urgência à ancoragem das novas práticas"—, reforçando a necessidade de liderança e comunicação consistentes. Em paralelo, a governança da estratégia proposta por Guedes (2024, p.7) ressalta "mecanismos decisórios, papéis e rotinas de acompanhamento que fortalecem alinhamento e aprendizado em ciclos de execução" (p. 7).

Diagnóstico Organizacional

Normalmente, as organizações, por conta própria, e através dos seus especialistas, desenvolvem modelos para assim, estarem avaliando constantemente o desempenho organizacional do negócio. O diagnóstico organizacional é etapa crítica para a definição de escopo, priorização de iniciativas e mensuração de resultados.

Weisbord (1978, p. 43) propõe o "modelo de seis caixas — propósitos, estrutura, relacionamentos, recompensas, mecanismos úteis e liderança — que oferece um arcabouço para identificar lacunas entre a situação atual e a desejada". Em ambientes com necessidade de intervenção participativa, Thiollent (2011, p. 35) propõe a "pesquisa-ação" como uma "alternativa metodológica que integra investigação e mudança, coproduzindo conhecimento com os atores envolvidos".

Complementarmente, Cury (2005, p. 65) afirma que "a abordagem de Organização, Sistemas e Métodos (OSM) propõe analisar processos, fluxos de informação e desenho de rotinas para eliminar desperdícios, padronizar atividades e aprimorar controles". Em consultoria, a combinação de diagnósticos estruturados e técnicas participativas permite equilibrar rigor analítico e adesão dos stakeholders.

Projeto de Organização Empresarial

A ação organizacional se fundamenta, geralmente, através de um projeto específico que busca revisão da realidade organizacional do negócio para sugerir melhorias e mudar o negócio para melhor. O projeto organizacional refere-se às escolhas de estruturas, processos e mecanismos de coordenação que sustentam a estratégia. Sem uma boa estrutura organizacional, nenhuma estratégia traçada será efetiva no contexto do negócio.

Galbraith (2014, p. 5) propõe "o modelo Star (estratégia, estrutura, processos, pessoas e recompensas) para alinhar elementos organizacionais e minimizar conflitos". Muitas são as organizações que mais do que dividir o trabalho em divisões e departamentos estanques, preocupam-se com seus processos e com a excelência do gerenciamento deles. Jones (2010, p. 90) evidencia "a relação entre design e mudança, destacando a adaptação estrutural como resposta a ambientes voláteis". Mintzberg (1999, p. 16) descreve "configurações estruturais e os fatores situacionais que influenciam a coordenação, úteis para compreender diferentes arranjos que consultorias e clientes podem adotar em seus contextos".

Excelência em Gestão

A excelência em gestão envolve práticas sistemáticas de melhoria contínua, gestão por diretrizes e foco no cliente. No contexto brasileiro, Falconi (2013, p. 10) sintetiza "o desdobramento de metas e o ciclo PDCA para gestão do cotidiano e de projetos estratégicos". Paladini (2008, p. 55) apresenta "fundamentos de gestão da qualidade com ênfase em processos, indicadores e padronização", enquanto Carpinetti (2016, p. 130) detalha "técnicas e sistemas de avaliação da qualidade". Clássicos da qualidade, como Juran (1991) e Deming (1990), fundamentam "princípios de liderança para qualidade, eliminação de variações e aprendizado sistêmico" (Deming, 1990, p. 18). Para consultorias, tais referenciais oferecem instrumentos para mensurar satisfação, reduzir retrabalho e sustentar melhorias nos serviços entregues.

METODOLOGIA

Abordagem da Pesquisa

A pesquisa foi de caráter qualitativo e quantitativo descritivo. O componente quantitativo visou mensurar o nível de satisfação dos clientes com o modelo de consultoria da LURE, enquanto o componente qualitativo aprofundou percepções sobre processo, entregáveis, governança e valor percebido no contexto de consultorias empresariais em Goiânia/GO.

Concentrando-se nas empresas clientes atendidas, de modo a produzir evidências úteis para decisão gerencial e monitoramento de melhorias. O componente quantitativo utiliza a coleta de dados numéricos para mensurar o nível de satisfação, permitindo análise estatística, enquanto a natureza qualitativa busca aprofundar a compreensão dos fenômenos, explorando percepções e significados. O estudo descritivo tem como objetivo descrever as características de determinada população ou fenômeno, estabelecendo a correlação entre variáveis (GIL, 2017, p. 45; CRESWELL, 2014, p. 153).

Instrumentos de pesquisa

Os instrumentos utilizados foram uma entrevista estruturada com o Gestor da Lure bem como questionários fechados (com apenas duas questões abertas) para os colaboradores e para os clientes da Lure. “A entrevista estruturada assegura a comparabilidade das respostas e um tratamento dos dados mais direto, sendo um instrumento fundamental na coleta de informações específicas de um informante-chave” (PRODANOV E FREITAS, 2013, p. 98). “O questionário, por sua vez, é uma técnica amplamente utilizada para coletar dados padronizados de muitas pessoas de forma mais eficiente” (LAKATOS E MARCONI, 2021, p. 112).

População

A população de interesse incluiu clientes com projetos concluídos ou em curso no período de referência, consultores envolvidos nas entregas e sócios-diretores responsáveis por posicionamento e governança. Adotou-se amostragem não probabilística, por conveniência e julgamento, adequada ao acesso a informantes-chave. Para a pesquisa, todos os clientes acessíveis foram convidados por e-mail e mensageria corporativa. Para os questionários, estimou-se de 5 a 10 participantes no total, tanto para colaboradores quanto para os clientes.

Amostra

Adotou-se amostragem não probabilística, por conveniência e julgamento, adequada ao acesso a informantes-chave. Para a pesquisa, todos os clientes acessíveis foram convidados por e-mail e mensageria corporativa. Para os questionários, estimou-se de 10 a 15 participantes no total, tanto para colaboradores quanto para os clientes. A seleção por conveniência justificou-se pela necessidade de obter percepções de atores diretamente envolvidos com o modelo de consultoria da LURE.

Procedimentos da pesquisa

A entrevista com o Gestor da Lure foi realizada dia 12 de novembro de 2025, in loco, na consultoria, e os questionários foram encaminhados via email. Os procedimentos de pesquisa envolvem as etapas sequenciais e sistemáticas para a coleta, processamento e análise dos dados. A clareza no detalhamento dessas etapas, desde o contato inicial até a aplicação dos instrumentos, é crucial para a replicabilidade e o rigor do estudo (SEVERINO, 2017, p. 145).

Resultados

Os resultados estão apresentados de forma objetiva, envolvendo descrição dos dados obtidos com a entrevista realizada com o gestor e gráficos e análises dos dados levantados com colaboradores bem como clientes. Também foram utilizados TGNs como Organograma, Diagrama de Blocos, Fluxograma e Análise Swot para compor os dados levantados. Além disso são apresentadas conclusões e sugestões de melhorias para a ação de consultoria hoje prestada pela Lure às empresas.

RESULTADOS

Apresentação da Empresa

A organização abordada nesse trabalho trata-se de empresa de consultoria em gestão empresarial denominada Lure Consultoria, com sede em Goiânia (GO) e atuação consolidada principalmente no estado de Goiás, atendendo organizações de diferentes portes e setores. Fundada em janeiro de 2008 por Ronaldo Guedes, administrador formado pela PUC Goiás, a empresa surgiu a partir da experiência prévia do gestor em negócios de tecnologia e em consultorias organizacionais, consolidando-se ao longo de mais de 17 anos de atuação contínua.

A Lure concentra sua atuação na oferta de soluções em estratégia, processos, pessoas, controladoria/finanças, tecnologia e operações de crédito estruturado, apoiando empresas que buscam profissionalizar a gestão e melhorar seus resultados econômico-financeiros. O próprio nome da consultoria sintetiza esse foco: “Lure” resulta da combinação de “lucro” e “rentabilidade”, reforçando a orientação para resultados concretos e sustentáveis nos negócios assessorados. Estruturalmente, a empresa está organizada em unidades de negócio especializadas: estratégia, processos, pessoas, controladoria/finanças e tecnologia, além da Lure Capital (focada em operações de crédito), apoiadas por uma unidade administrativa de *back office* que funciona como central de serviços compartilhados. Cada unidade é liderada por um sócio-diretor, responsável por sua equipe de consultores, pelos processos e pelos ritos de gestão específicos da área, conforme representado no organograma apresentado a seguir.

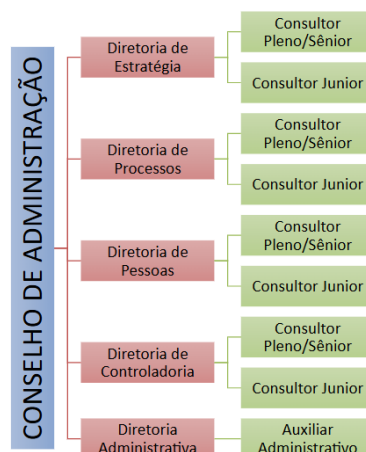


Figura 1 – Organograma da Empresa

Dados levantados na entrevista com o Diretor de Estratégia

A entrevista realizada com Ronaldo Guedes, o Diretor de Estratégia e Fundador da LURE Consultoria, no dia 12 de novembro de 2025, evidenciou uma organização com identidade orientada a resultados e trajetória marcada por ajustes estratégicos que aumentaram previsibilidade e consolidação regional. Fundada em janeiro de 2008, a consultoria nasceu da experiência empreendedora do fundador e da decisão de construir uma marca institucional, menos dependente de indivíduos e mais ancorada em método e entrega de valor. Nos primeiros 5 a 7 anos, o crescimento ocorreu de forma acelerada e dispersa, chegando a cerca de 10 sócios, com projetos em múltiplas regiões do Brasil e até no exterior (Índia). Uma cisão societária posterior reduziu o quadro para cinco sócios e deflagrou um processo de “arrumar a casa”, culminando, há cerca de 10 anos, em um reposicionamento regional (Goiânia e Goiás), com foco especial num raio aproximado de 200 km e fortalecimento dos relacionamentos institucionais.

O ciclo de gestão combina planejamento estratégico anual, visão de 3–5 anos e revisão no quarto trimestre, com participação de toda a equipe e apresentação pública dos direcionamentos no início do ano. A cadência de acompanhamento inclui ritos periódicos, como o “Lureday” trimestral, reforçando transparência e engajamento. As decisões buscam equilibrar o tripé: valor ao acionista, experiência do cliente e engajamento/desenvolvimento da equipe, traduzindo-se na busca por relacionamento próximo, resultados mensuráveis e relevância para o negócio do cliente.

No eixo tecnológico, a empresa utiliza sistema próprio (ERP) que integra finanças, cadastros, operação e pesquisas de satisfação, aliado a ferramentas de produtividade e Business Intelligence. A Inteligência Artificial (como modelos conversacionais amplamente utilizados) já compõe o repertório cotidiano de trabalho de forma descentralizada, apoiando análise, produção de conteúdo e desenvolvimento de soluções, ainda sem um programa corporativo formal, mas com compartilhamento contínuo de boas práticas.

Em gestão de pessoas, a integração de novos consultores ocorre por *shadowing* em projetos e progressão de responsabilidades sob metodologias consolidadas. São recorrentes mentorias (individuais e em grupo), trilhas de capacitação por unidade e formações transversais, com cofinanciamento de cursos e pós-graduações. Avaliações periódicas e PDIs organizam *feedbacks* e evolução de competências; a proximidade dos sócios aos projetos acelera correções de rota e reforça padrões de qualidade.

A experiência do cliente é acompanhada por pesquisas periódicas de NPS, adotadas com seriedade e frequência, com taxas de resposta acima de 70% e notas consistentemente acima de 90 (média recente 9,9), além de análise qualitativa de comentários para ajustes rápidos. Reconhecimentos externos — a exemplo do GPTW, com desempenho acima da média nacional — reforçam a coerência entre práticas internas e percepção de valor.

Quanto aos processos, observa-se esforço permanente de padronização e automação de rotinas administrativas, financeiras e operacionais, reduzindo variabilidade e concentrando fluxos no sistema próprio (ou, quando pertinente, em planilhas compartilhadas). Iniciativas internas lideradas pela área de Processos vêm promovendo ganhos de eficiência e integração de dados, com impacto direto na governança e na confiabilidade das informações gerenciais.

Como ponto de atenção, destaca-se a orquestração da experiência quando múltiplas unidades atuam no mesmo cliente. A autonomia saudável entre diretorias pode ampliar variabilidade percebida; para mitigar riscos, intensificam-se rodadas de alinhamento, convenções, comitês de gestão e mecanismos cotidianos de integração entre áreas. Em paralelo, ganha força o eixo comercial e de marketing — com presença ampliada em mídias e eventos —, diversificando canais de prospecção para além de indicações e autoridade técnica acumulada.

A fim de ampliar a compreensão do que foi dito pelo Diretor, sobre a gestão da empresa, foi desenvolvida uma Análise Swot que é demonstrada logo a seguir:

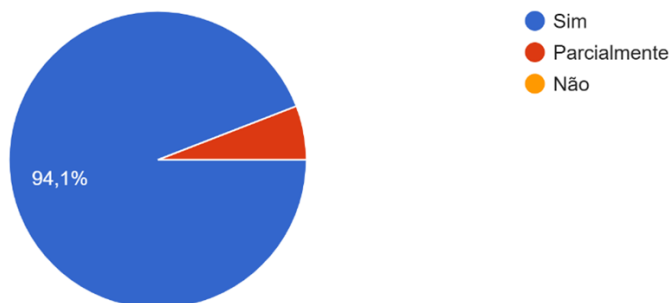
Forças	Fraquezas
• Posicionamento consolidado em Goiás • Planejamento estratégico e orçamentário maduro • Tripé de sucesso bem definido • Altíssimo nível de satisfação dos clientes • Estrutura organizacional especializada, • Elevado uso de tecnologia própria • Cultura organizacional forte	• Desafio de padronização do atendimento entre áreas • Integração e sinergia total ainda em construção • Uso de Inteligência Artificial ainda pouco formalizado • Dependência forte do posicionamento regional • Ausência de certificações formais de qualidade de processos

Investimento consistente em capacitação,	
Oportunidades	Ameaças
- Crescimento da demanda por profissionalização da gestão - Expansão de estratégias de marketing digital, eventos e rede de negócios - Possibilidade de escalar soluções tecnológicas próprias - Adoção mais estruturada de IA na consultoria - Aproveitamento da excelente reputação (NPS elevado e GPTW) - Ampliação de ofertas integradas	- Entrada e atuação de grandes consultorias nacionais em Goiás - Ciclos econômicos e instabilidade macroeconômica - Aceleração tecnológica e novas abordagens de consultoria digital/remota - Risco de perda de talentos para mercados maiores ou empresas remotas/nacionais - Possível saturação do mercado regional de consultoria

Figura 2 –Análise Swot sobre a Gestão da Empresa

Dados levantados com a aplicação de questionário aos colaboradores

1. Você conhece a história e o posicionamento da LURE no mercado goiano?



Fonte: Dados primários, 2025.

Análise:

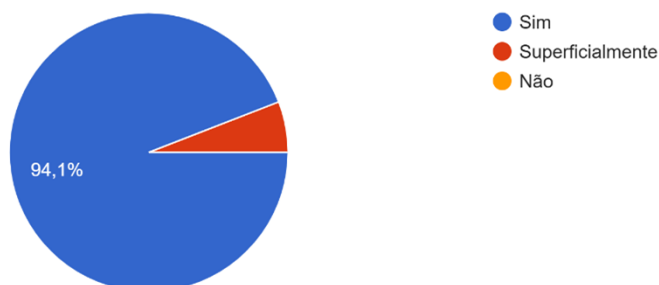
Observou-se que 94,1% dos respondentes afirmaram conhecer a história e o posicionamento da LURE no mercado goiano, enquanto 5,9% (declararam conhecer apenas parcialmente). Não houve respostas indicando desconhecimento total. Esse resultado mostra que a identidade institucional é amplamente reconhecida internamente, o que favorece o alinhamento estratégico e a coerência do discurso da empresa junto aos clientes e parceiros.

2. Como você percebe as metas estratégicas anuais da LURE?

Todos os participantes (100%) classificaram as metas estratégicas anuais como claras. A inexistência de respostas indicando metas “mal definidas” ou “obscuras” evidência que os

objetivos organizacionais são comunicados de forma efetiva e compreensível para a equipe, elemento essencial para a execução da estratégia e para o acompanhamento de resultados.

3. Você sabe como seu trabalho contribui para as metas estratégicas?



Fonte: Dados primários, 2025.

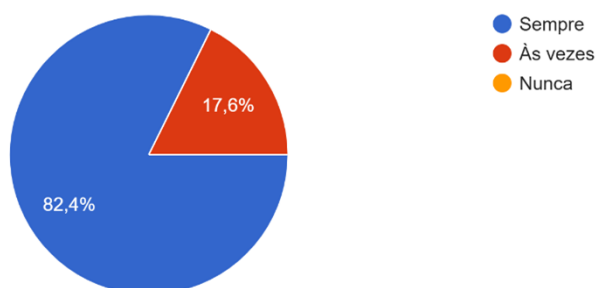
Análise:

A maioria absoluta (94,1%) respondeu “Sim”, enquanto 5,9% afirmaram compreender essa contribuição apenas superficialmente. Não houve respostas indicando desconhecimento total. Os dados sugerem que os colaboradores reconhecem o elo entre suas atividades diárias e os objetivos estratégicos da LURE, o que reforça o senso de propósito e o engajamento. Ainda assim, existe espaço para aprofundar esse entendimento em casos pontuais, por meio de feedbacks mais frequentes e conversas de alinhamento.

4. As estratégias atuais apoiam a captação e a retenção de clientes?

Todos os respondentes (100%) declararam acreditar que sim, ou seja, percebem as estratégias atuais como favorecedoras tanto da conquista quanto da manutenção da base de clientes. Esse resultado indica confiança da equipe no direcionamento estratégico da empresa e na efetividade das ações voltadas ao mercado.

5. Os processos internos (briefing → execução → gestão de qualidade → entrega) são claros e seguidos?



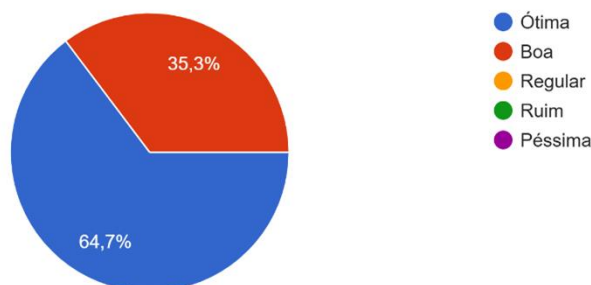
Fonte: Dados primários, 2025.

Análise:

A maior parte dos colaboradores (82,4%) afirmou que esses processos são sempre claros e seguidos. Outros 17,6% indicaram que isso ocorre às vezes. Não houve indicações de que os processos “nunca” são seguidos. Os dados revelam uma percepção predominantemente positiva sobre a padronização do fluxo de trabalho, mas sinalizam que, em determinadas situações, pode

haver desvios ou dúvidas quanto às etapas, o que justifica ações de reforço de rotinas, padronização e comunicação processual.

6. Como você percebe a colaboração efetiva entre áreas?



Fonte: Dados primários, 2025.

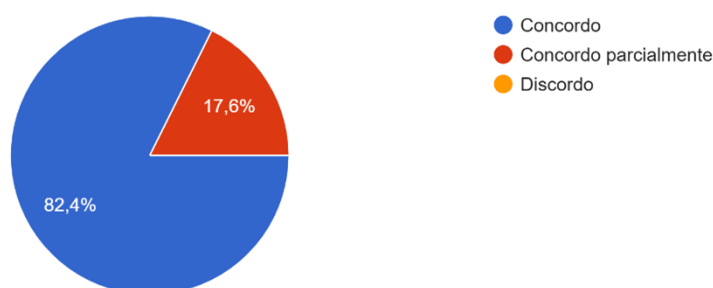
Análise:

Para 64,7% dos participantes, a colaboração entre áreas é ótima, enquanto 35,3% a consideram boa. Não houve avaliações “regular”, “ruim” ou “péssima”. Isso demonstra um ambiente de cooperação intersetorial bem consolidado, com interação positiva entre as áreas, o que contribui para entregas integradas e maior qualidade nos projetos.

7. Quanto às suas responsabilidades e indicadores, pode-se dizer que:

Todos os respondentes (100%) indicaram que suas responsabilidades e indicadores são claros. Não foram registradas percepções de responsabilidades “obscuras” ou “totalmente indefinidas”. Esse quadro aponta para uma boa definição de papéis e métricas de desempenho, o que favorece o individual e o acompanhamento dos resultados pela gestão.

8. As ferramentas e sistemas são adequados ao trabalho?

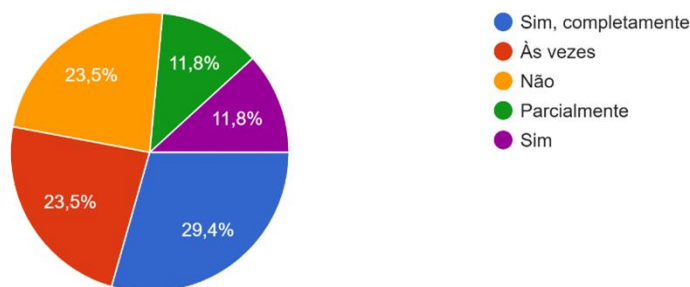


Fonte: Dados primários, 2025.

Análise:

A maioria dos colaboradores (82,4%) concorda que as ferramentas e sistemas utilizados são adequados às demandas do trabalho. Outros 17,6% concordam parcialmente, e não houve respostas em desacordo total. De forma geral, os dados indicam que a infraestrutura tecnológica e os recursos disponíveis sustentam bem as atividades, mas também sugerem que uma parcela da equipe percebe pontos de melhoria, seja em usabilidade, integração ou atualizações dos sistemas.

9. Você tem acesso e treinamento suficientes para uso de IA nas suas atividades?

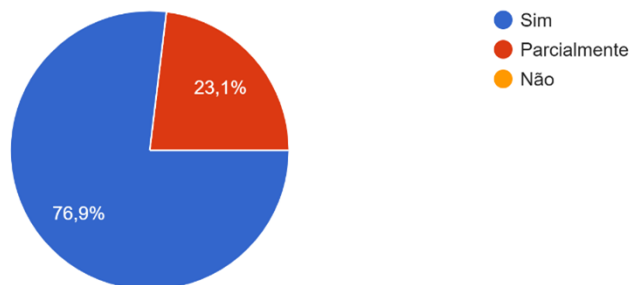


Fonte: Dados primários, 2025.

Análise:

Esta foi a pergunta com maior dispersão nas respostas. Cerca de 29,4% dos colaboradores indicaram “Sim, completamente”, e 11,8% marcaram “Sim”, totalizando aproximadamente 41,2% de respondentes que se sentem suficientemente amparados em acesso e treinamento em IA. Outros 23,5% afirmaram que isso ocorre “Às vezes”, 11,8% indicaram “Parcialmente” e 23,5% disseram “Não”. Esse resultado evidencia que, embora exista um grupo que já utiliza IA com segurança, há uma parcela significativa de colaboradores que ainda percebe lacunas de capacitação e suporte. O tema desponta como principal oportunidade de desenvolvimento organizacional entre os itens avaliados.

10. O uso de IA aumenta sua produtividade e/ou qualidade do trabalho?

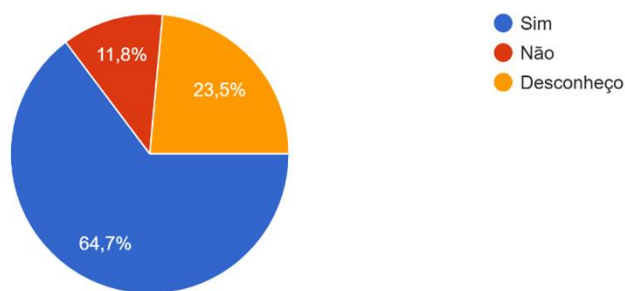


Fonte: Dados primários, 2025.

Análise:

Nesta questão, 76,9% afirmaram que o uso de IA aumenta sua produtividade e/ou qualidade do trabalho, enquanto 23,1% indicaram que isso ocorre parcialmente. Nenhum colaborador declarou que a IA não gera ganhos. Esse resultado reforça que, sempre que utilizada, a IA é percebida como um recurso positivo, capaz de agilizar tarefas, apoiar análises e qualificar entregas. Em conjunto com os dados anteriores sobre acesso e treinamento em IA, percebe-se que, embora ainda haja lacunas de capacitação, o potencial da tecnologia já é reconhecido pela maior parte da equipe, justificando investimentos adicionais em formação e uso estruturado dessas ferramentas.

11. Existem padrões/checklists de qualidade e gestão da qualidade antes das entregas?



Fonte: Dados primários, 2025.

Análise:

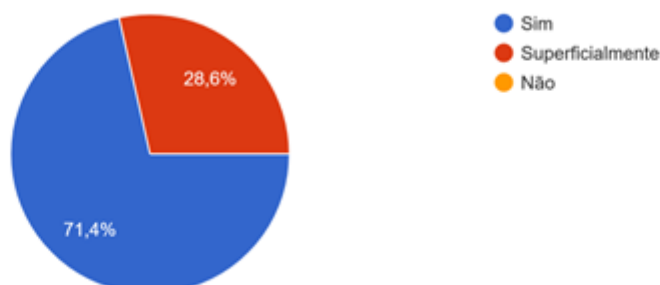
A maioria dos colaboradores (64,7%) respondeu que existem padrões ou checklists de qualidade e gestão da qualidade antes das entregas. Entretanto, 11,8% afirmaram que não existem tais instrumentos e 23,5% disseram desconhecer sua existência. Isso indica que a LURE já possui práticas mínimas de padronização e controle de qualidade, mas que ainda há espaço para aprimorar a formalização e, principalmente, a comunicação sobre esses procedimentos. A presença de colaboradores que desconhecem os checklists sugere a necessidade de maior divulgação, treinamento e acompanhamento do uso desses instrumentos, de forma a garantir que todos os projetos passem pelos mesmos filtros de qualidade antes da entrega ao cliente.

12. Você recomendaria os serviços da LURE a um potencial cliente?

Neste item, o resultado foi unânime: 100% afirmaram que recomendariam os serviços da LURE a um potencial cliente. Esse dado revela um elevado nível de confiança dos colaboradores na empresa, nas soluções oferecidas e na qualidade das entregas. Do ponto de vista de clima organizacional e de imagem interna, trata-se de um forte indicador de orgulho e de alinhamento com o propósito da organização. Na prática, isso significa que os próprios colaboradores tendem a atuar como promotores da marca, o que fortalece a reputação da LURE no mercado e pode contribuir indiretamente para a atração de novos clientes.

Dados levantados com a aplicação de questionário aos clientes

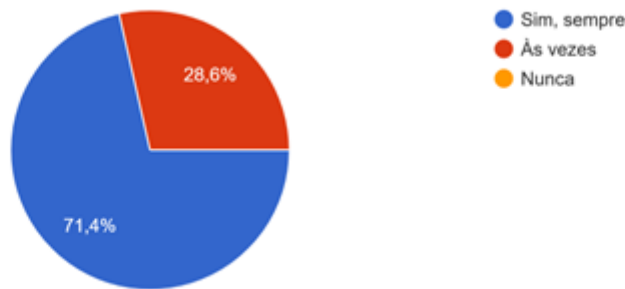
1. Você conhece a proposta de valor da LURE para sua empresa?



Fonte: Dados primários, 2025.

Análise: A maior parte dos clientes (71,4%) afirma conhecer a proposta de valor da LURE, enquanto 28,6% a conhecem apenas de forma superficial. Nenhum respondente declarou desconhecer-la. Isso indica que o posicionamento da empresa é, em geral, percebido, mas ainda há espaço para reforçar a comunicação e deixar mais claro, para cerca de um terço da base, quais são exatamente os diferenciais e entregas estratégicas da consultoria para o negócio.

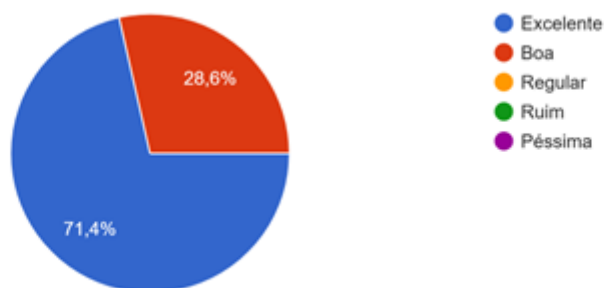
2. O atendimento e metodologia da LURE costumam ser suficientes para seu negócio?



Fonte: Dados primários, 2025.

Análise: Para 71,4% dos clientes, o atendimento e a metodologia são “sempre” suficientes; 28,6% consideram que isso ocorre “às vezes”. Não houve marcações na opção “nunca”. O resultado demonstra que o modelo de atuação da LURE é, em grande medida, adequado às necessidades dos clientes, mas indica a importância de acompanhar casos específicos em que a percepção é de suficiência apenas ocasional, seja por diferenças de maturidade dos negócios, seja por ajustes de escopo e profundidade das entregas.

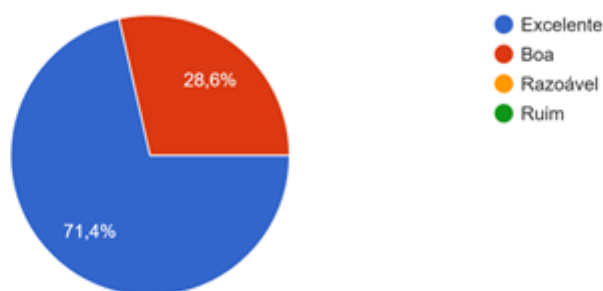
3. Como você avalia a forma da LURE buscar compreender suas necessidades (comunicação e contatos etc.)?



Fonte: Dados primários, 2025.

Análise: A forma de compreensão das necessidades do cliente foi avaliada como “Excelente” por 71,4% dos respondentes e como “Boa” por 28,6%. Não houve avaliações regulares ou negativas. Isso reforça a percepção de que a LURE mantém canais abertos, realiza escutas qualificadas e demonstra interesse genuíno em entender o contexto de cada empresa, o que fortalece o vínculo consultor–cliente e a aderência das soluções propostas.

4. Como você avalia a comunicação durante o projeto da LURE com seu negócio?



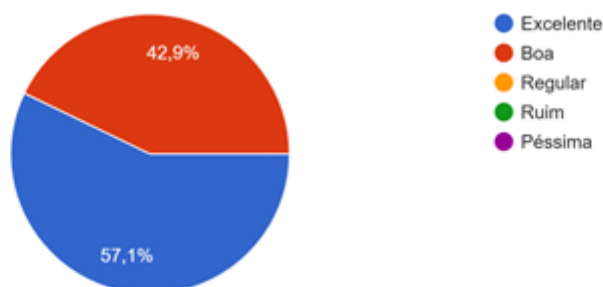
Fonte: Dados primários, 2025.

Análise: De forma semelhante à questão anterior, 71,4% dos clientes classificaram a comunicação durante o projeto como “Excelente” e 28,6% como “Boa”, sem registros de avaliações razoáveis ou ruins. Esses dados evidenciam uma comunicação fluida ao longo da execução dos trabalhos, contribuindo para alinhamento de expectativas, clareza sobre etapas e maior segurança em relação ao andamento das atividades.

5. A LURE costuma cumprir os prazos e o escopo acordados?

Em 100% das respostas, os clientes indicaram que a LURE “sempre” cumpre os prazos e o escopo acordados. A unanimidade nesse indicador mostra que confiabilidade, disciplina de entrega e respeito aos combinados são pontos muito fortes na percepção dos clientes, constituindo um dos principais diferenciais competitivos da consultoria.

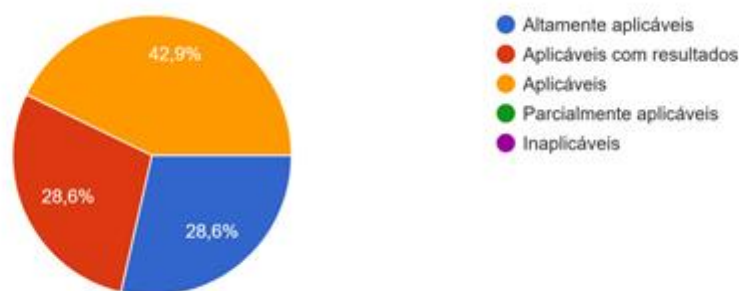
6. A qualidade técnica das entregas atende sua expectativa? De que forma?



Fonte: Dados primários, 2025.

Análise: Quanto à qualidade técnica, 57,1% dos clientes a consideram “Excelente” e 42,9% a avaliam como “Boa”. Não houve avaliações regulares ou negativas. Isso confirma que os produtos gerados (relatórios, diagnósticos, planos de ação, indicadores, etc.) são tecnicamente consistentes e agregam valor ao negócio, sendo reconhecidos como materiais de alta qualidade para tomada de decisão.

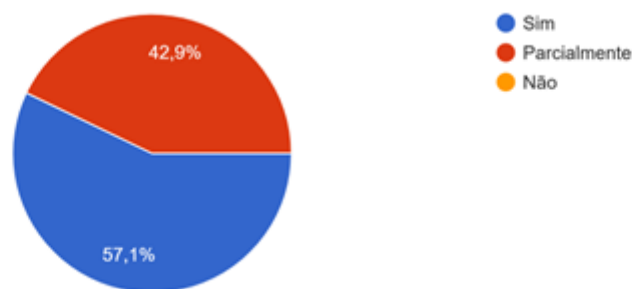
7. As soluções propostas pela LURE normalmente são aplicáveis ao seu negócio?



Fonte: Dados primários, 2025.

Análise: Todos os clientes percebem as soluções como aplicáveis: 28,6% as classificam como “Altamente aplicáveis”, 28,6% como “Aplicáveis com resultados” e 42,9% como “Aplicáveis”. Não houve respostas indicando baixa aplicabilidade. O dado mostra que as recomendações da LURE conseguem dialogar com a realidade operacional e estratégica das empresas, embora o fato de parte dos clientes enxergar as soluções apenas como “aplicáveis”, sem destacar resultados, sinalize oportunidades para intensificar o acompanhamento da implementação e a mensuração dos ganhos gerados.

8. Você percebeu resultados de melhorias no negócio com o projeto (produtividade, receita, processos, etc.) desenvolvido pela LURE?



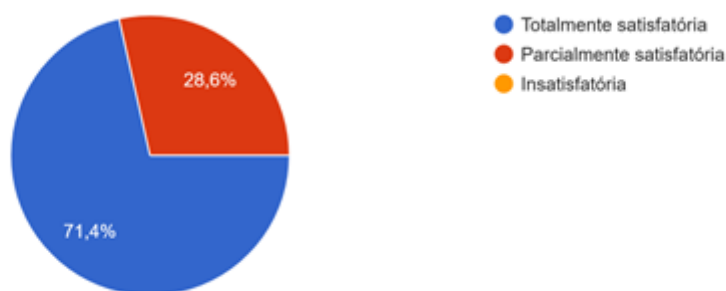
Fonte: Dados primários, 2025.

Análise: Para 57,1% dos clientes, os projetos geraram melhorias claras no negócio; 42,9% afirmam ter percebido melhorias “parcialmente”. Nenhum respondente declarou não ter observado resultados. Isso indica que todos os clientes notam algum nível de impacto positivo em produtividade, receita ou processos, mas também aponta a necessidade de reforçar a etapa de consolidação e acompanhamento dos resultados para que um número ainda maior de empresas perceba benefícios plenos e mensuráveis.

9. O atendimento e suporte da equipe LURE são adequados?

Em 100% das respostas, os clientes indicam que o atendimento e o suporte são “sempre” adequados, sem qualquer registro de experiências negativas. Esse resultado reforça a imagem de proximidade, disponibilidade e prontidão da equipe, o que contribui diretamente para a satisfação geral e para a fidelização dos clientes.

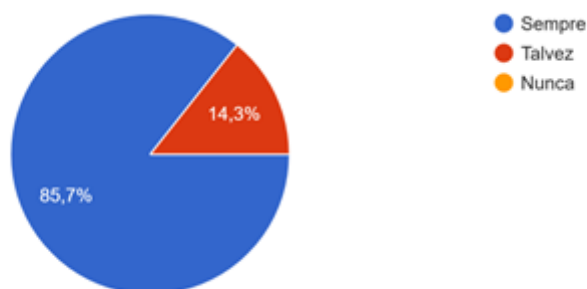
10. A relação custo-benefício dos serviços é satisfatória?



Fonte: Dados primários, 2025.

Análise: Para 71,4% dos respondentes, a relação custo-benefício dos serviços da LURE é totalmente satisfatória, enquanto 28,6% a consideram parcialmente satisfatória. Não houve respostas indicando insatisfação. Isso demonstra que os clientes percebem coerência entre o valor investido e os resultados obtidos, reforçando a ideia de que a consultoria gera retorno concreto. Ao mesmo tempo, o grupo que aponta satisfação apenas parcial sinaliza a importância de aprofundar o alinhamento entre expectativas de investimento, nível de entrega e intensidade do acompanhamento, de modo a elevar ainda mais essa percepção positiva.

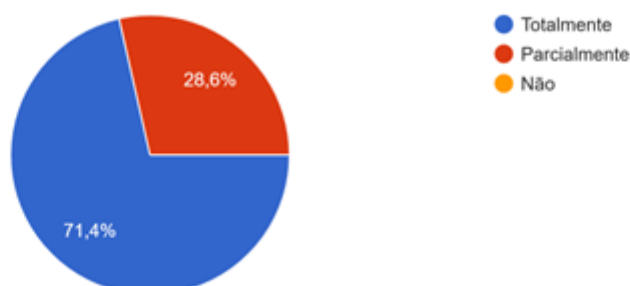
11. Você recomendaria a LURE a outro cliente?



Fonte: Dados primários, 2025.

Análise: A intenção de recomendação é muito elevada: 85,7% dos clientes afirmam que sempre recomendariam a LURE e 14,3% responderam talvez. Não houve respostas negativas. Esse resultado se aproxima de um cenário de alta lealdade, típico de índices elevados de satisfação geral. Os poucos clientes que ainda se mostram indecisos (“talvez”) reforçam a necessidade de manter um acompanhamento próximo, consolidando resultados de longo prazo para que a experiência positiva se traduza, de fato, em promotores consistentes da marca LURE.

12. As entregas da LURE foram implementáveis pela sua equipe?



Fonte: Dados primários, 2025.

Análise: Para 71,4% dos respondentes, as entregas da LURE foram totalmente implementáveis pela equipe interna, enquanto 28,6% as consideraram parcialmente implementáveis. Não houve relatos de não implementação. Isso indica que os materiais, planos e recomendações gerados pela consultoria dialogam com a realidade operacional das empresas e podem ser colocados em prática. Entretanto, a parcela que aponta implementação apenas parcial sugere oportunidades de fortalecer o suporte na fase de execução: simplificando algumas recomendações, ajustando prazos, oferecendo capacitações complementares ou acompanhando mais de perto a transição entre diagnóstico, planejamento e prática.

ANÁLISE GERAL DOS DADOS LEVANTADOS

A leitura conjunta da entrevista e dos questionários aplicados a clientes e colaboradores da LURE Consultoria confirma, à luz da literatura de gestão e de serviços, que a organização apresenta um modelo de atuação coerente com os princípios de qualidade, foco no cliente e gestão por resultados. Estudiosos de marketing de serviços destacam que a percepção de valor nasce da combinação entre processos internos bem estruturados e atendimento às expectativas do cliente, influenciando diretamente satisfação e lealdade (ZEITHAML, BITNER E GREMLER, 2014; COBRA, 2020). Os resultados obtidos com os clientes da LURE — altos índices de satisfação, avaliação positiva do custo-benefício e elevada disposição em recomendar a consultoria — mostram que o modelo praticado converge com tais referenciais teóricos.

Do ponto de vista dos clientes, os dados indicam níveis muito elevados de satisfação com atendimento, comunicação ao longo dos projetos, postura da equipe e cumprimento de prazos e escopo. Esse cenário vai ao encontro de Chiavenato (2021), para quem qualidade significa fazer as coisas certas de acordo com as necessidades do cliente, evitando desperdícios e retrabalhos. A qualidade técnica das entregas é percebida como boa ou excelente, e as soluções são vistas como aplicáveis ao negócio, o que reforça a aderência às diretrizes de gestão da qualidade apresentadas por Paladini (2021) e Carpinetti (2016), ao enfatizarem padronização de processos, indicadores de desempenho e melhoria contínua. Nessa perspectiva, a forte satisfação global e a intenção de recomendação observadas nos questionários são compatíveis com os modelos que relacionam qualidade percebida, valor e lealdade em serviços profissionais (FITZSIMMONS E FITZSIMMONS, 2014; GIANESI E CORRÊA, 2006; SCHMENNER, 1995).

Com os colaboradores, o levantamento complementa essa visão externa. A equipe reconhece a LURE como um ambiente que valoriza a qualidade do trabalho, o relacionamento com os clientes e oferece suporte para realização das atividades. Essa percepção dialoga com Chiavenato (2021), Maximiano (2021) e Robbins e Coulter (1998), que associam desempenho organizacional ao alinhamento entre estratégia, estrutura e pessoas, bem como ao desenvolvimento de competências e engajamento em torno de objetivos claros. A literatura sobre competências organizacionais também ressalta que a coerência entre estratégia e desenvolvimento de pessoas é determinante para a geração de valor sustentável (FLEURY E FLEURY, 2004). O fato de os colaboradores declararem clareza de metas, orgulho em recomendar a empresa e confiança nas estratégias indica que a “qualidade interna” da gestão de pessoas e da comunicação sustenta a qualidade de serviço percebida pelos clientes, alinhando-se às recomendações de autores de gestão de serviços e de clima organizacional.

Ao cruzar essas perspectivas, emergem eixos de força alinhados à teoria sobre consultoria e excelência em gestão. A LURE demonstra forte foco em relacionamento, comunicação e suporte, o que é coerente com a visão de consultoria como processo de

intervenção orientado a resultados, que exige contrato psicológico claro e gestão de expectativas (BLOCK, 2011; MERRON, 2005). O alto padrão técnico das entregas, por sua vez, apoia-se em métodos de diagnóstico e planejamento descritos por Berti (2012) e Oliveira (2019), que entendem a consultoria como combinação de análise estruturada, elaboração de soluções e acompanhamento da implementação. A confiabilidade operacional — expressa no cumprimento sistemático de prazos e escopos — reforça a dimensão de confiabilidade apontada como central nos modelos de qualidade em serviços (ZEITHAML; BITNER; GREMLER, 2014).

Por outro lado, os dados também evidenciam pontos de atenção convergentes. Entre os clientes, ainda há parcela que conhece a proposta de valor da LURE apenas superficialmente, percebe resultados parcialmente ou considera algumas entregas apenas parcialmente implementáveis. Entre os colaboradores, surgem demandas por maior padronização de rotinas, clarificação de alguns processos e fortalecimento de mecanismos de acompanhamento pós-projeto. Essa combinação remete ao modelo de diagnóstico organizacional de Weisbord (1978), que propõe analisar lacunas entre situação atual e desejada a partir de seis dimensões (propósitos, estrutura, relacionamentos, recompensas, mecanismos úteis e liderança). Em contextos que exigem participação ativa dos envolvidos, Thiollent (2011) recomenda a pesquisa-ação como alternativa capaz de integrar investigação e mudança, o que se aproxima da lógica participativa adotada em diversos projetos da LURE. Cury (2005) acrescenta que a abordagem de Organização, Sistemas e Métodos contribui para analisar fluxos, eliminar desperdícios e aprimorar controles, reforçando a necessidade de aperfeiçoar continuamente processos internos.



Figura 3 –Fluxograma dos ritos realizados na empresa

Ainda sob a análise geral dos dados, o fluxograma, Cadência dos Ritos, representa como a LURE Consultoria organiza seu sistema de gestão em ciclos mensais, conectando a rotina operacional às decisões estratégicas e de governança.

Na Semana de Lançamento acontecem as RAOs, reuniões focadas no acompanhamento da operação, identificação de problemas imediatos e ajustes de curto prazo. Em seguida, na 1ª semana, é realizado o fechamento, validação, análise e alimentação dos dados nos sistemas, etapa que transforma os fatos do dia a dia em informações confiáveis, padronizadas e passíveis de comparação. Com a base de dados consolidada, a 2ª semana é destinada às RATs, reuniões táticas nas quais as lideranças avaliam indicadores, projetos e contratos, definindo prioridades, planos de ação e responsáveis. Na 3ª semana ocorre a RAE, reunião de acompanhamento da estratégia, em que os resultados táticos e operacionais são consolidados para verificar o avanço das metas estratégicas e o alinhamento do portfólio de projetos. Por fim, na 4ª semana, realiza-se a RCA, reunião do Conselho de Administração, momento em que as informações já tratadas nos níveis anteriores subsidiam decisões de alto nível, ajustes de rumo e validação das diretrizes da organização.

Essa cadência cria um fluxo contínuo de informação – da operação ao Conselho – fortalecendo a tomada de decisão baseada em dados, a integração entre áreas e a governança corporativa. Ao mesmo tempo, sua eficácia depende da qualidade dos dados, da clareza de objetivos em cada rito e do acompanhamento dos planos de ação, para evitar que as reuniões se tornem apenas formais. Assim, o fluxograma evidencia um modelo de gestão estruturado, que busca disciplinar o acompanhamento de resultados e promover aprendizagem e melhoria contínua na LURE Consultoria.



Figura 4 – Diagrama de Ishikawa

O Diagrama de Ishikawa elaborado para este estudo (Figura 4) sintetiza as principais causas que podem contribuir para que, em parte da carteira, o valor percebido da consultoria fique abaixo do potencial efetivamente entregue. As causas foram organizadas em seis eixos: Processos, Tecnologia e IA, Comunicação e Proposta de Valor, Pessoas, Governança e Rotina. Essa estrutura permite visualizar o problema de forma sistêmica, evidenciando que a percepção de valor decorre não apenas da qualidade técnica das soluções, mas também de como elas são implementadas, comunicadas e sustentadas ao longo do tempo.

No eixo Processos, o diagrama aponta desafios relacionados à padronização das rotinas de trabalho, à consistência das entregas e à forma como o acompanhamento da implementação é realizado. Quando a padronização nem sempre é observada e há variação na consistência das entregas, o cliente pode experimentar níveis diferentes de profundidade, clareza ou detalhamento entre projetos, mesmo quando a metodologia de base é a mesma. Além disso, um acompanhamento de implementação heterogêneo faz com que alguns clientes recebam suporte mais estruturado, enquanto outros têm uma experiência mais pontual, o que influencia diretamente a percepção de valor gerado pela consultoria.

Em Tecnologia e IA, o Diagrama evidencia que o uso de IA ainda pouco estruturado, somado a informações dispersas entre sistemas e planilhas e indicadores e resultados pouco visualizados pelo cliente, limita a capacidade da LURE de transformar dados em narrativas claras de impacto. Embora a consultoria produza análises e recomendações relevantes, a falta de um ambiente tecnológico mais integrado e de painéis visuais padronizados dificulta que o cliente enxergue, de forma rápida e objetiva, os ganhos concretos do projeto. Na prática, isso reduz a tangibilidade do valor entregue, especialmente para gestores mais orientados a números e comparações financeiras.

O eixo de Comunicação e Proposta de Valor aprofunda esse aspecto, mostrando que a proposta de valor nem sempre plenamente compreendida, os resultados pouco traduzidos em linguagem financeira e a jornada pós-projeto pouco explicitada ao cliente formam um conjunto crítico. Mesmo quando há avanços em processos e controles, se os resultados não são

apresentados em termos como aumento de margem, redução de custos, ganho de produtividade ou mitigação de riscos, parte dos decisores tende a subestimar o impacto do projeto. Além disso, a ausência de uma jornada pós-projeto claramente comunicada pode levar à sensação de que o relacionamento se encerra na entrega dos relatórios, reduzindo a percepção de continuidade e de suporte estratégico da LURE.

No eixo Pessoas, o Diagrama destaca fatores que fogem parcialmente ao controle direto da consultoria, mas que impactam o resultado: a maturidade organizacional distinta entre clientes, a dependência de consultores mais experientes e o tempo limitado para acompanhamento em períodos de alta demanda. Clientes com menor maturidade em gestão exigem maior esforço de sensibilização e capacitação, o que pode diluir o tempo disponível por projeto. Ao mesmo tempo, quando a execução depende de poucos consultores mais seniores, qualquer concentração de demanda ou agenda pode gerar atrasos, diferenças de abordagem ou lacunas na transferência de conhecimento. Esses elementos influenciam não apenas o andamento dos projetos, mas também a forma como o cliente percebe a solidez e a proximidade da LURE.

Por fim, o eixo Governança e Rotina aponta desafios estruturais internos: integração entre unidades de negócio pode falhar, ritos internos nem sempre percebidos pelos clientes e crescimento da carteira e capacidade de acompanhamento. À medida que a LURE amplia sua atuação e diversifica serviços, torna-se mais complexo garantir que todas as áreas compartilhem a mesma visão do cliente e que as informações circulem de forma consistente. Quando os ritos internos de gestão como reuniões de acompanhamento, revisões de portfólio e controles de qualidade não são claramente percebidos pelos clientes, parte do esforço de organização interna deixa de se converter em percepção de profissionalismo e robustez. Além disso, o aumento da carteira sem expansão proporcional da capacidade de acompanhamento pode gerar sensação de menor proximidade, afetando a percepção de valor relacional da consultoria.

De forma integrada, o Diagrama de Ishikawa mostra que o valor percebido abaixo do potencial em parte dos clientes não decorre de uma única causa isolada, mas de um conjunto de fatores distribuídos entre processos, tecnologia, comunicação, pessoas e governança. A análise evidencia que a LURE dispõe de um repertório consistente de métodos e competências técnicas, mas que há oportunidades importantes de fortalecimento na forma de padronizar entregas, organizar dados, traduzir resultados em linguagem financeira, gerir a capacidade dos consultores e alinhar a governança interna ao ritmo de crescimento da carteira. Ao sistematizar essas causas, o Diagrama se torna um instrumento estratégico para orientar planos de ação futuros, permitindo que a consultoria reduza gargalos e aproxime cada vez mais a percepção de valor do cliente do real impacto que seus projetos entregam.

CONCLUSÕES E SUGESTÕES DE MELHORIAS

A presente pesquisa teve como objetivo avaliar o nível de satisfação dos clientes com o modelo de consultoria prestado pela LURE Consultoria, articulando essa percepção com a forma como a empresa estrutura sua proposta de valor, seus processos de entrega e seu sistema de gestão. Para isso, adotou-se abordagem aplicada, com combinação de técnicas qualitativas e quantitativas: entrevista semiestruturada com o Diretor de Estratégia da organização, aplicação de questionários a clientes e colaboradores e elaboração de técnicas de gestão de negócios (como fluxograma dos ritos de gestão, análise SWOT e diagrama de Ishikawa) a partir dos dados coletados. Os resultados obtidos indicam que a LURE se consolidou, ao longo de sua trajetória, como uma consultoria orientada a resultados, com atuação estruturada em unidades de negócio especializadas, ritos periódicos de planejamento e acompanhamento e foco declarado em lucro e rentabilidade dos clientes. Na perspectiva externa, os clientes avaliam de forma amplamente positiva o atendimento, a qualidade técnica das entregas, o cumprimento de

prazos e escopo, a aplicabilidade das soluções no cotidiano empresarial e a relação custo-benefício, demonstrando confiança na marca e elevada intenção de recomendação.

Do ponto de vista interno, os colaboradores reforçam essa percepção ao reconhecerem a LURE como um ambiente que valoriza a qualidade do trabalho, o relacionamento com o cliente e o suporte para a execução dos projetos. Há alinhamento com os valores institucionais, avaliação favorável da liderança e reconhecimento da importância do atendimento consultivo, o que sugere coerência entre o discurso da empresa e a prática cotidiana nas frentes de projeto.

Em outras palavras, o bastidor da operação sustenta a experiência relatada pelos clientes na linha de frente. A análise integrada da entrevista e dos dois questionários permitiu identificar eixos de força bastante nítidos: foco consistente em relacionamento, comunicação e suporte; elevado padrão técnico das entregas; e confiabilidade operacional, traduzida em respeito a prazos, escopo e disponibilidade da equipe para acompanhamento. Esses elementos indicam que o objetivo geral do estudo foi alcançado, uma vez que se obteve um diagnóstico organizado sobre como o modelo de consultoria da LURE é percebido pelos clientes, ao mesmo tempo em que se compreendeu como a cultura interna e os ritos de gestão contribuem para sustentar essa percepção. Por outro lado, os dados também evidenciaram pontos de atenção convergentes. Do lado dos clientes, ainda existe uma parcela que conhece a proposta de valor da LURE de forma superficial, percebe os resultados apenas parcialmente ou considera que parte das recomendações é de difícil implementação. Do lado dos colaboradores, surgem demandas por maior clareza em prioridades, rotinas e comunicação interna, por refinamento de processos e por mecanismos mais estruturados de acompanhamento após a entrega técnica. Em síntese, o desafio central identificado é transformar uma consultoria já bem avaliada em atendimento e qualidade técnica em uma experiência ainda mais tangível em resultados, com valor percebido mais explícito e facilmente comunicável.

As análises do fluxograma e do Diagrama de Ishikawa ajudam a explicar esse descompasso residual entre potencial de entrega e valor percebido. Enquanto o fluxograma demonstra um sistema de gestão maduro, com ciclo mensal que integra operação, tática, estratégia e conselho, sua efetividade depende da qualidade das informações, da clareza dos objetivos de cada rito e do acompanhamento sistemático dos planos de ação. Já o Diagrama de Ishikawa organiza as causas que podem limitar a percepção de valor em seis eixos (Processos; Tecnologia e IA; Comunicação e Proposta de Valor; Pessoas; Governança; Rotina), evidenciando que a padronização das rotinas, o uso fragmentado de tecnologia e indicadores, a comunicação da proposta de valor e a heterogeneidade no acompanhamento da implementação influenciam diretamente a forma como o cliente enxerga os resultados da consultoria.

Dessa forma, conclui-se que a LURE dispõe de uma base sólida: equipe engajada, processos que geram entregas reconhecidas, clientes satisfeitos e predispostos a recomendar a empresa, além de percepção positiva de custo-benefício. As oportunidades identificadas não exigem mudanças estruturais profundas, mas sim um movimento de aperfeiçoamento incremental, voltado a tornar o valor gerado mais visível, padronizado e sustentado ao longo do tempo.

Com base nos resultados e nas ferramentas analíticas desenvolvidas, apresentam-se a seguir sugestões de melhorias para o modelo de consultoria da LURE:

1. **Reforçar a comunicação da proposta de valor e dos resultados junto aos clientes:** Desenvolver um processo de comunicação mais estruturado ao longo de todo o ciclo do projeto: momentos formais de alinhamento inicial (*onboarding*), *checkpoints* intermediários com apresentação de avanços e entregas parciais e fechamento com síntese dos resultados em linguagem acessível ao tomador de decisão. Relatórios executivos curtos, comparativos “antes e depois”, *dashboards* visuais e exemplos práticos de ganhos obtidos podem tornar mais tangível o impacto do trabalho,

especialmente para aqueles clientes que hoje percebem os resultados apenas parcialmente.

2. **Fortalecer a etapa de implementação e o acompanhamento pós-projeto:** Estruturar, de maneira mais explícita, uma fase de implantação e consolidação das recomendações, com planos de ação detalhados (responsáveis, prazos, indicadores de sucesso), treinamentos direcionados às equipes dos clientes, reuniões de “pós-projeto” e canais formais para resolução de dúvidas após a entrega principal. Essa modelagem reduz a percepção de que parte das soluções é “parcialmente implementável” e amplia a probabilidade de captura efetiva de resultados nas organizações atendidas.

3. **Integrar de forma mais intensa tecnologia e inteligência de dados ao modelo de consultoria:**

Investir na integração dos sistemas utilizados, na organização de bases de dados de projetos e na construção de painéis visuais que possam ser compartilhados com os clientes, facilitando a leitura de indicadores e a demonstração de ganhos. O uso mais estruturado de recursos de Inteligência Artificial pode apoiar a análise de grandes volumes de informação, gerar insights adicionais e automatizar tarefas operacionais, liberando tempo da equipe para atividades de maior valor agregado, como interpretação de resultados, facilitação de decisões e condução de mudanças organizacionais.

Em síntese, os diversos aspectos abordados neste estudo confirmam que o modelo de consultoria da LURE é consistente e bem avaliado, tanto interna quanto externamente, e que há condições favoráveis para que a empresa avance a um novo patamar de diferenciação no mercado regional. A implementação das sugestões aqui apresentadas tende a fortalecer a capacidade da consultoria de demonstrar, de forma mensurável, o valor que já gera, ampliando a satisfação dos clientes, a previsibilidade dos resultados e o desenvolvimento sustentável de sua equipe. Ao mesmo tempo, ressalta-se que se trata de um estudo de caso com amostragem não probabilística, o que limita a generalização dos resultados para outras organizações, ainda que ofereça pistas relevantes para pesquisas futuras e para o aperfeiçoamento contínuo do próprio modelo da LURE.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BERTI, Anélio. **Consultoria e diagnóstico empresarial: teoria e prática**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.
- BLOCK, Peter. **Flawless consulting: a guide to getting your expertise used**. 3rd ed. San Francisco: Jossey-Bass, 2011.
- CARPINETTI, Luiz César Ribeiro. **Gestão da qualidade: conceitos e técnicas**. 3. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2016.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Fundamentos de administração: planejamento, organização, direção e controle para incrementar competitividade e sustentabilidade**. 2. ed. Barueri, SP: Manole, 2021.
- COBRA, Marcos. **Marketing de serviços**. São Paulo: Atlas, 2020.
- CRESWELL, John W. **Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches**. 4th ed. Thousand Oaks: SAGE, 2014.
- DEMING, W. Edwards. **The new economics for industry, government, education**. 2nd ed. Cambridge, MA: MIT Press, 2000.
- FALCONI, Vicente Falconi Campos. **Gerenciamento da rotina do trabalho do dia a dia**. Nova Lima, MG: Falconi Editora, 2013.
- FITZSIMMONS, James A.; FITZSIMMONS, Mona J. **Administração de serviços: operações, estratégia e tecnologia da informação**. 7. ed. Porto Alegre: AMGH, 2014.

FLEURY, Maria Tereza Leme; FLEURY, Afonso Carlos Corrêa. **Alinhando estratégia e competências.** *Revista de Administração de Empresas*, São Paulo, v. 44, n. 1, p. 44–57, 2004.

GALBRAITH, Jay R. **Designing organizations: strategy, structure, and process at the business unit and enterprise levels.** 3rd ed. San Francisco: Jossey-Bass, 2014.

GIANESI, Irineu G. N.; CORRÊA, Henrique L. **Administração estratégica de serviços: operações para a satisfação do cliente.** São Paulo: Atlas, 2006.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 7. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

GUEDES, Ronaldo. **Governança da estratégia: teoria e prática.** [S.l.]: [s.n.], 2024.

IANSTITI, Marco; LAKHANI, Karim R. **Competing in the age of AI: strategy and leadership when algorithms and networks run the world.** Boston, MA: Harvard Business Review Press, 2020.

JONES, Gareth R. **Teoria das organizações: design e mudança nas organizações.** 6. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica.** 9. ed. São Paulo: Atlas, 2021.

LEE, Kai-Fu. **AI superpowers: China, Silicon Valley, and the new world order.** Boston: Houghton Mifflin Harcourt, 2018.

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. **Fundamentos da administração: introdução à teoria geral e aos processos da administração.** 3. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2021.

MINTZBERG, Henry. **Criando organizações eficazes: estrutura em cinco configurações.** São Paulo: Atlas, 2003.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Planejamento estratégico: conceitos, metodologia e práticas.** São Paulo: Atlas, 2010.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Manual de consultoria empresarial.** 14. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

PALADINI, Edson Pacheco. **Gestão da qualidade: teoria e prática.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 2021.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico.** 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

RAHMAN, Was. **AI and machine learning.** London: SAGE, 2020.

ROBBINS, Stephen P.; COULTER, Mary. **Administração.** 5. ed. São Paulo: Prentice Hall, 1998.

SANTOS, Rubens da Costa. **Manual de gestão empresarial.** São Paulo: Atlas, 2007.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico.** 24. ed. São Paulo: Cortez, 2016.

TAVARES, Mário César. **Comunicação empresarial e planos de comunicação: integrando teoria e prática.** São Paulo: Atlas, 2010.

THIOLLENT, Michel. **Metodologia da pesquisa-ação.** 18. ed. São Paulo: Cortez, 2011.

EITHAML, Valarie A.; BITNER, Mary Jo; GREMLER, Dwayne D. **Marketing de serviços: a empresa com foco no cliente.** 6. ed. Porto Alegre: Bookman, 2014.



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS
PRÓ-REITORIA DE DESENVOLVIMENTO
INSTITUCIONAL
Av. Universitária, 1069 | Setor Universitário
Caixa Postal 86 | CEP 74605-010
Goiânia | Goiás | Brasil
Fone: (62) 3946.3081 ou 3089 | Fax: (62) 3946.3080
www.pucgoias.edu.br | prodin@pucgoias.edu.br

RESOLUÇÃO n°038/2020 – CEPE

ANEXO IV

APÊNDICE ao TCC

Termo de autorização de publicação de produção acadêmica

O(A) estudante ARTHUR BRUNO NEGRI SOUZA do Curso de Administração, matrícula 2021.2.0023.0008-2, telefone:(62) 99221-1441 e-mail arthurbruno50@gmail.com, na qualidade de titular dos direitos autorais, em consonância com a Lei nº 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 CLIENTES COM O MODELO DE CONSULTORIA DA LURE, 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); Vídeo (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, de Dezembro de 2025

Assinatura do autor: Arthur Negri

Nome completo do autor: ARTHUR BRUNO NEGRI SOUZA

Assinatura do professor-orientador: Marcos de Freitas Pintaudo

Nome completo do professor-orientador: MARCOS DE FREITAS PINTAUD