

Autor: Jassen Rodrigues da Silva
Orientadora: Aline Marian Callegaro

Introdução

Com uma grande dependência do turismo e uma economia baseada em serviços, que concentra em média 60% do Produto Interno Bruto (PIB) de seus municípios (IBGE, 2013)*, o Litoral Norte Gaúcho tem muitas oportunidades nesse setor. Conhecer as expectativas de atuais e possíveis clientes se torna um ponto essencial para a entrega dos serviços certos para o público-alvo. Este trabalho está focado no setor de serviços, mais especificamente no subsetor constituído por restaurantes.

Objetivo

Identificar as expectativas dos clientes em relação a atributos de qualidade e práticas de sustentabilidade em serviços de restaurantes do Litoral Norte do Rio Grande do Sul.

Metodologia

A partir de uma revisão de literatura acerca de ferramentas da qualidade e sustentabilidade, foi desenvolvido um modelo integrado para a avaliação das expectativas dos clientes em relação à qualidade e à sustentabilidade para o subsetor de restaurantes, baseado no modelo proposto por Tinoco (2011)**.

Foram adaptados os atributos das dimensões da qualidade e acrescentada a dimensão 'sustentabilidade'. Para a aplicação desta ferramenta foi utilizado o SurveyMonkey. Para a análise dos dados foi utilizada estatística descritiva.

Resultados

Um total de cento e cinco clientes dos restaurantes respondeu ao questionário. Dentre os principais achados do estudo, pode ser destacada a priorização dos atributos de qualidade e das práticas de sustentabilidade a partir da percepção dos clientes, conforme apresentado na Figura 1.

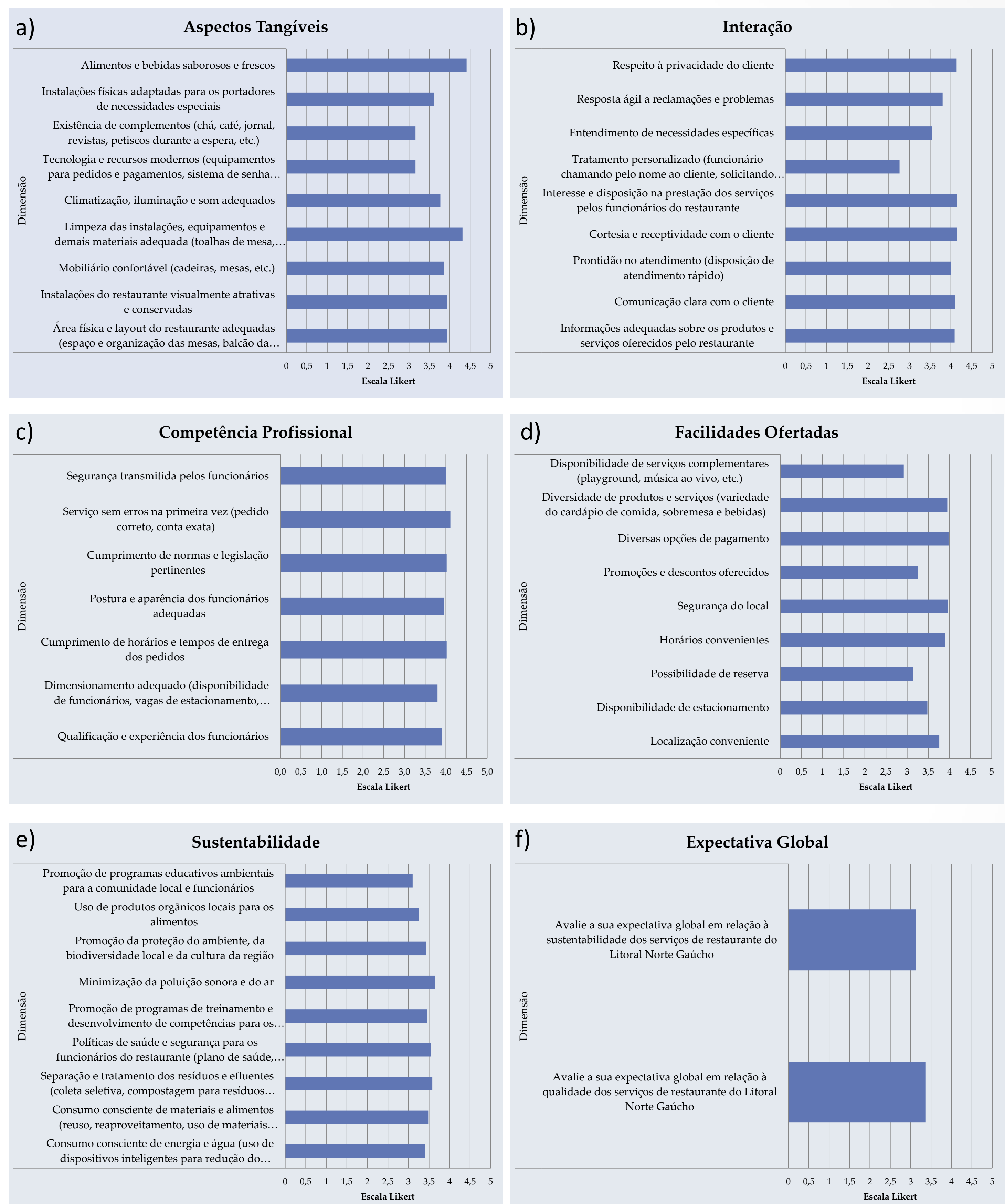


Figura 1. Atributos avaliados em cada dimensão (a, b, c, d, e) e as respectivas médias das expectativas. Expectativas globais em relação aos atributos de qualidade e às práticas de sustentabilidade (f). Fonte primária.

Conclusão

A ferramenta utilizada possibilitou a identificação das expectativas dos clientes e ela ainda está em fase de validação. O conhecimento das expectativas permite a melhoria da qualidade e da sustentabilidade, à medida que os gestores podem analisar as prioridades do público alvo, mapear os processos e investir em melhorias para entregar serviços adequados aos clientes.

* Tinoco, M. A. C. Proposta de modelos ampliados para a satisfação de clientes de serviços. 2011. 173 f. Tese (Doutorado em Engenharia) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre. 2011.

** IBGE, Cidades. Disponível em: <http://cidades.ibge.gov.br/painel/painel.php> Acesso em: 16 de abril de 2017.