



O CONSUMO DE SERVIÇOS DE ENTRETENIMENTO NOTURNO: UMA ANÁLISE DA IMAGEM, SATISFAÇÃO E PERFIL DOS FREQUENTADORES DA HOUSE PUB DE TRÊS PASSOS¹

Debora Eduarda Reis², Luciano Zamberlan³.

O setor de serviços vem tendo cada vez maior participação no desenvolvimento da economia do país e do mundo. As organizações desta área estão fortemente engajadas na busca por inovações tecnológicas para atender o público que cada vez mais busca serviços diferenciados para satisfazer suas necessidades. E um dos setores que vem crescendo deliberadamente é o serviço de entretenimento, que se tornou uma oportunidade de crescimento em virtude dos aspectos da imensa economia do consumo que permeia a nossa sociedade. A procura por ocupações nos tempos livres traz imensos benefícios para que os serviços de entretenimento continuem crescendo e estas empresas terem sucesso no mercado. Neste sentido, é fundamental trabalhar a imagem da empresa perante o ambiente em que está inserida e ao seu público. Que também está relacionada diretamente com a identidade da empresa, ou seja, a imagem percebida por seus consumidores deve estar relacionada com a imagem que a empresa quer passar ao seu público. E uma das formas encontradas pelos clientes para avaliar a imagem da empresa é por meio da satisfação. Neste sentido, este estudo foi realizado com a finalidade de fazer uma investigação sobre a forma como os usuários de entretenimento noturno avaliam a satisfação e a imagem da House Pub. Esta análise se torna importante, pois é fundamental as empresas obterem informações referentes ao grau de satisfação dos seus clientes em relação aos produtos e serviços oferecidos e identificar se a imagem percebida pelos clientes condiz com a identidade da empresa. Para atender os objetivos, realizou-se uma pesquisa exploratória e uma pesquisa descritiva. A coleta de dados se deu por meio de dois grupos de foco, entrevista em profundidade com o gestor e da aplicação de um questionário estruturado, com questões fechadas a 159 frequentadores da House Pub. As informações coletadas foram tabuladas por meio de um software específico para melhor entendimento e confrontadas com as referências bibliográficas pesquisadas. Os entrevistados avaliaram a imagem e a satisfação com relação ao ambiente da empresa, onde obteve-se os principais atributos considerados pelos pesquisados na busca por serviço de entretenimento noturno na cidade de Três Passos. Os dados coletados servirão de embasamento para apresentar um conjunto de sugestões de melhorias e o gestor avaliar o grau de satisfação dos frequentadores com relação a casa e desenvolver inovação e qualificação dos serviços prestados pela House Pub. Além de verificar sua imagem perante aos seus frequentadores, o estudo procurou discutir aspectos relacionados com a identidade e também melhorar a imagem percebida pelo mercado potencial. E também servirá de auxílio aos gestores das empresas prestadoras de serviços da cidade para um embasamento na busca de realizar uma análise em suas empresas para identificar os atributos considerados pelos seus clientes no ato da aquisição do bem ou serviço.

¹ Relatório de Estágio Supervisionado em Administração II da Unijui

² Aluna do Curso de Administração da Unijui



CT&I e SOCIEDADE

XVIII SEMINÁRIO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA
XV JORNADA DE PESQUISA
XI JORNADA DE EXTENSÃO

4 a 8 de OUTUBRO de 2010



³ Professor Orientador - UNIJUI