

QUALIDADE EM SERVIÇOS “ESTUDO EXPLORATÓRIO DOS CINEMAS DA REGIÃO DO CIRCUITO DAS ÁGUAS PAULISTA”

CLEBER CASSIANI¹, DANIEL CANHASSI MORAES¹, DALILA SOUZA¹, NATALIA FERREIRA BUENO¹, SANDRA LEITE¹, JULIANO VARANDAS GROPPPO², IVAN JACOMASSI JUNIOR³

1 – Alunos do 3º semestre do curso Superior de Tecnologia de Gestão de Qualidade;

2 – Professor formado em Matemática com especialização em Gestão Estratégica de Negócios;

3 – Professor formado em administração de Empresa com especialização em Administração

RESUMO

Atualmente existe uma ampla diversidade de produtos e serviços que atendem as necessidades dos clientes, tornando mais competitivo o mercado. Com o objetivo de buscar um diferencial, obter sucessos e conseqüentemente garantir a sobrevivência do negócio, as organizações procuram além de atender as necessidades, superar as expectativas dos consumidores, através de um bom produto e atendimento. Sendo assim, foi realizado um estudo através de pesquisa de campo com 600 pessoas, tendo como público alvo pessoas de ambos os sexos, dividido em diferentes idade e rendas, tendo como finalidade identificar as atuais necessidades, desejos, preocupações e tendências dos consumidores, em relação à qualidade total dos serviços prestados pelos cinemas localizados no Circuito das Águas Paulista. Através da análise dos resultados obtidos podemos definir o foco, investimentos e estratégias a serem adotadas, a fim de atender as necessidades e desejos dos clientes, superando suas expectativas, e assim aumentando o grau de satisfação, bem como o sucesso da organização.

Palavras - Chave = Qualidade, consumidor e prestação de serviços.

INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas a qualidade dos produtos e serviços vem sofrendo diversas transformações, devido a vários fatores como, maior poder aquisitivo, aumento da competitividade e criação de diversos órgãos de defesa do consumidor, que por sua vez vem aumentando o grau de exigência dos consumidores, procurando obter uma relação de melhoria e qualidade dos produtos e serviços.

Atualmente existe uma ampla diversidade de produtos e serviços que atendem as necessidades dos clientes, tornando mais competitivo o mercado.

A fim de buscar um diferencial, obter sucessos e conseqüentemente garantir a sobrevivência do negócio, as organizações procuram além de atender as necessidades, superar as expectativas dos consumidores, através de um bom produto e atendimento.

Através da análise dos resultados obtidos podemos definir o foco, investimentos e estratégias a serem adotadas, a fim de atender as necessidades e desejos dos clientes, superando suas expectativas, e assim aumentando o grau de satisfação, bem como o sucesso da organização.

OBJETIVOS

Esta pesquisa tem como objetivo identificar os atributos determinantes para possíveis melhorias e vantagens competitivas, tendo como foco, a

satisfação dos clientes em relação aos serviços prestados pelos Cinemas, situados no Circuito das Águas Paulista.

METODOLOGIA

A pesquisa de campo foi realizada com 600 pessoas, tendo como público alvo ambos os sexos, dividido em faixas etárias de 16 a 30, 31 a 50 e acima de 50 anos, com renda de 1 a 3 salários, de 4 à 7 e acima de 8 salários, tendo como finalidade identificar as atuais necessidades, desejos, preocupações e tendências dos consumidores, em relação a qualidade total dos serviços prestados pelos cinemas localizados no Circuito das Águas Paulista, que se compõem das cidades de Águas de Lindóia, Amparo, Socorro, Monte Alegre do Sul, Jaguariúna e Pedreira.

Tendo como foco a satisfação total dos clientes, a pesquisa foi desenvolvida segundo Albrecht e Zemke (2002) que caracteriza momento da verdade como “Qualquer episódio no qual o cliente entra em contato com algum aspecto da organização, e obtém uma impressão de seus serviços”. Através deste conceito foram levantados os principais momentos da verdade e analisados de acordo com Las Casas (2008) que caracterizou os 4P's do serviço, que tem como base o ambiente físico do estabelecimento (Perfil), a realização do serviço (Processo), o atendimento por parte dos colaboradores

(Pessoas) e a interação de todos esses fatores (Procedimentos).

Inicialmente foram levantados três tópicos de diferencial entre o público entrevistado sendo eles; sexo, faixa etária e renda mensal, visando a partir da coleta de dados visualizar o principal público alvo, assim como suas necessidades e anseios.

Na elaboração do questionário foram definidos 13 momentos da verdade, sendo

LEVANTAMENTO DE DADOS

estes os mais relevantes: diversidades de lançamentos, número de Sessões, valor do bilhete/produtos, atendimento, limpeza do ambiente, bombonieri (loja de doces), divulgação, qualidade audiovisual, qualidade das poltronas, acessibilidade, indicadores de entrada/saída, localização do estabelecimento e segurança.

A figura 1 ilustra o questionário aplicado durante a pesquisa.

A partir dos dados foram elaborados

Pesquisa - Qualidade de Serviços nos Cinemas			
Sexo			
Masculino	()	Feminino	()
Faixa Etária			
De 16 à 30 anos	()	De 31 à 50 anos	()
		Acima de 50 anos	()
Renda Mensal com base no Salário Mínimo de R\$ 678,00:			
1 à 3 salários	()	4 à 7 salários	()
		Acima de 8 salários	()
Você gosta de Cinema			
Sim	()	Não	()
O que você acha quanto a esses itens abaixo			
	Indispensável	Importante	Irrelevante
Diversidades de Lançamentos	()	()	()
Número de Sessões	()	()	()
Valor: Bilhete / Produtos	()	()	()
Atendimento	()	()	()
Limpeza do ambiente	()	()	()
Bombonieri (loja de doces)	()	()	()
Divulgação	()	()	()
Qualidade Audiovisual	()	()	()
Qualidade das poltronas	()	()	()
Acessibilidade à deficientes	()	()	()
Indicadores de Entrada/Saída	()	()	()
Localização do estabelecimento	()	()	()
Segurança	()	()	()

Figura 1 - Modelo utilizado na pesquisa de campo para entrevistar os consumidores.

A pesquisa de campo teve início no mês de Setembro, contando com seiscentos entrevistados, sendo esta aplicada através de abordagem “face a face”, entre o entrevistador e o entrevistado.

gráficos para melhor acompanhamento das informações. A pesquisa teve o mesmo índice de entrevistados do sexo feminino e masculino, conforme ilustrado na figura 2.

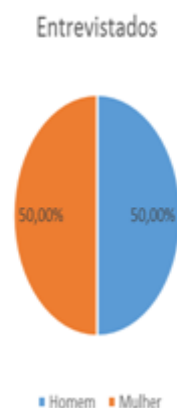


Figura 2 - Índice de entrevistados do sexo feminino e masculino.

A pesquisa teve como maior índice de consumidores dentro do público alvo o de faixa etária de 16 a 30 anos, conforme indicado na figura 3.

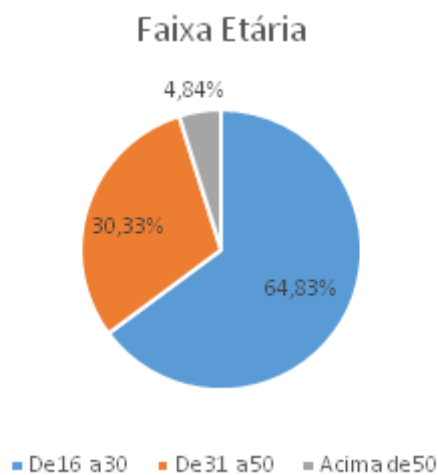


Figura 3 – Faixa etária dos entrevistados.

Em relação à renda mensal, foi possível observar que a renda mensal base de 81% dos consumidores é de 1 a 3 três salários mínimos, sendo 19% dos consumidores que mantém a renda acima de 3 salários mínimo, conforme indicado na figura 4.

Renda Mensal

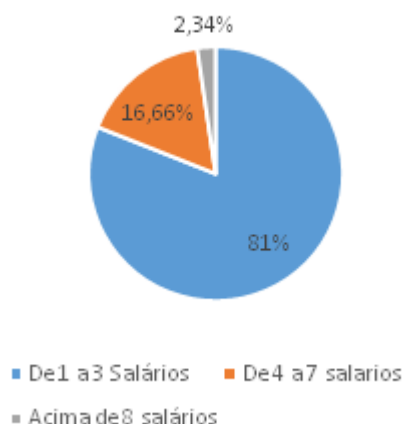


Figura 4 - Índice da renda mensal dos entrevistados.

Para identificar os momentos da verdade considerados indispensável pelo consumidor na hora da prestação de serviço, utilizamos os dados de cada coluna, que apresentava um momento da verdade, e realizamos a média total de cada momento da verdade. O resultado é apresentado na tabela a seguir:

Tabela 1 – Ranking total dos Momentos da verdade.

RANKING		Média
1°	Qualidade das Poltronas	2,5917
2°	Qualidade Audiovisual	2,5912
3°	Limpeza do ambiente	2,583
4°	Acessibilidade a Deficientes	2,555
5°	Diversidade em Lançamentos	2,552
6°	Segurança	2,524
7°	Atendimento	2,511
8°	Valor do Bilhete	2,259
9°	Indicadores de Entrada/Saída	2,233
10°	Divulgação	2,156
11°	Bombonieri	2,113
12°	Número de Sessões	2,041
13°	Localização do Estacionamento	2,020

Com a tabela podemos constatar que, o resultado das médias são de pequena

diferença, mas que os três maiores colocados representam 25,27% de qualidade observada do serviço, conforme indicado na figura 5.

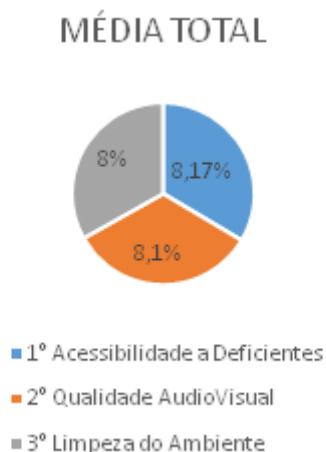


Figura 5 – Percentual dos maiores colocados.

Com o objetivo de identificar os principais momentos da verdade e levar um melhor atendimento aos clientes, estivemos analisando os quesitos implantados na pesquisa que poderiam nos levar ao nosso público alvo, e foi constatado que este seria no caso a idade sendo que, os maiores consumidores estão na faixa etária dos 16 aos 30 anos. Como apresentado na figura 03.

Pensando nesse público alvo, buscamos os dados ‘Idade’, para selecionarmos somente os pertencentes à faixa etária de 16 a 30 anos. Através desta filtragem retiramos então à média total de cada um dos 13 momentos da verdade, levando em consideração à opção Indispensável, para identificar os principais momentos encontrados na pesquisa, conforme indicado na tabela a seguir.

Tabela 2 – Ranking por faixa etária de 16 a 30 anos dos Momentos da verdade.

RANKING		Média
1º	Qualidade das Poltronas	2,5917
2º	Qualidade Audiovisual	2,5912
3º	Acessibilidade a Deficientes	2,583
4º	Limpeza do Ambiente	2,555
5º	Diversidade em Lançamentos	2,552
6º	Segurança	2,524
7º	Atendimento	2,511
8º	Valor do Bilhete	2,259
9º	Indicadores de Entrada/Saída	2,233
10º	Divulgação	2,156
11º	Bombonieri	2,113
12º	Número de Sessões	2,041
13º	Localização do Estacionamento	2,02

Com a faixa etária de 16 a 30 podemos observar que a prioridade dos momentos da verdade muda, tornando qualidade das poltronas, qualidade audiovisual e acessibilidade a deficientes os mais importantes conforme indicado na figura 06.

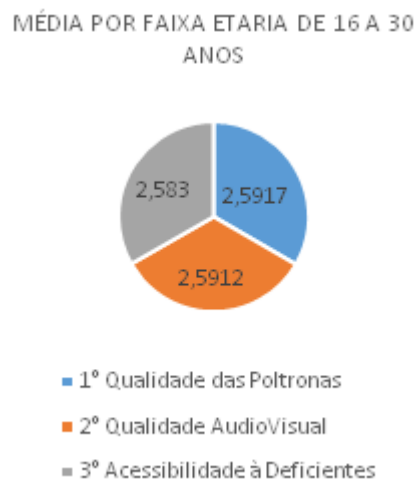


Figura 6 – Percentual por faixa etária de 16 a 30 anos.

Analisando-se a partir dos 4P’s consideramos então que, a maior percepção do cliente frente à prestação de serviço, se dá pelo ambiente físico do

estabelecimento, independente da diferença encontrada entre o gráfico geral e o gráfico com média por idade, que seleciona nosso público alvo, ambos buscam qualidade e melhoria contínua em aspectos físicos do estabelecimento.

CLIENTE OCULTO

Sendo assim, utilizamos novamente os mesmos itens da pesquisa abordados anteriormente, para avaliar os estabelecimentos através da ferramenta “cliente oculto”, que tem como objetivo identificar, avaliar e medir a qualidade no atendimento das empresas.

Após a visita realizada pelos integrantes do grupo, foi elaborado um relatório sobre cada um dos três estabelecimentos visitados na região do Circuito das Águas (A, B, C).

Em relação à avaliação do cliente oculto no cinema “A” observamos os seguintes pontos:

- Não havia outras opções de filmes em cartaz no período avaliado, bem como o estabelecimento contava com apenas 1 sala de exibição.
- As sessões eram realizadas nos seguintes dias e horários:
Segunda a sexta às 19h00min e 21h00min
Sábados e domingos às 16h00min, 19h00min e 21h00min
- Eram praticados valores de mercado sendo, R\$ 14,00 em sextas,

sábados e domingos e R\$ 7,00 nos demais dias, sendo que estudantes pagam meia entrada.

- O atendimento foi rápido devido ao baixo movimento no estabelecimento, porém podemos observar certo despreparo do atendente em relação às informações sobre o filme em cartaz, bem como futuros lançamentos.
- A limpeza do local era satisfatória em relação à sala, entretanto, os banheiros não apresentavam a mesma higiene e não continham papel.
- A bombonieri (loja de doces) não contava com muita variedade de produtos, porém o fator mais crítico foi em relação ao manuseio dos alimentos, pois o mesmo funcionário recebia o pagamento e manuseava os alimentos.
- A divulgação era um dos fatores mais defasado, pois não havia informações em jornais ou internet referente ao cinema ou mesmo a programação.
- A qualidade audiovisual não era satisfatória, com destaque negativo em relação ao áudio que apresentava muitos ruídos em praticamente todos os momentos.
- As poltronas atendiam seu propósito, eram confortáveis e contavam com suporte para bebidas.
- Um ponto positivo que deve ser destacado é a acessibilidade a deficientes,

com entradas amplas e sem existência de degraus em todo o trajeto, tal como amplo estacionamento.

- O local é deficiente em relação aos indicadores de entrada e saída, existe muita dificuldade de locomoção dentro da sala devido à falta de sinalização luminosa.
- O estabelecimento é mal localizado, longe do centro, sendo de difícil acesso para pessoas que não possuem veículo próprio, sendo restrito aos horários do transporte público.
- Como já abordado devido à má localização do estabelecimento, a segurança do local fica prejudicada principalmente no período noturno.

Já relacionado ao cinema B, podemos destacar:

- O cinema possuía duas salas, com a existência de 2 a 3 filmes em cartaz.
- Sessões nos horários:
Segunda a Sexta as 19h00min e 21h00min hrs.
Sábados e Domingos as 16h00min, 19h00min e 21h00min hrs.
- O valor integral do bilhete era de R\$ 14,00, onde estudantes pagam 50% do valor independente do dia, e as terças e quintas todos pagam 50%.
- No quesito atendimento, possuía apenas uma pessoa para a venda dos bilhetes, o que gera uma fila enorme e um desconforto em horários de picos e em dias

de lançamentos. A atendente era informada sobre os filmes em cartaz e os próximos lançamentos.

- A limpeza do local era satisfatória, nos pátios e banheiros, contudo, as salas apresentavam muito lixo no chão.
- A bombonieri conta com uma variedade boa levando em consideração o porte do cinema. Entretanto os preços eram extremamente elevados e o atendimento não era dos mais rápidos, mesmo contando com duas pessoas, e, devido à demora, ao entrar na sala, o filme estava em seus primeiros minutos.
- A divulgação é bem maior em referência a outros cinemas do mesmo porte. Possui site, cupom-desconto para quem compra o jornal local que contém informações de horários e filmes em cartaz. O site contém até mesmo lançamentos futuros.
- A qualidade audiovisual é um ponto negativo. O áudio extremamente alto traz um desconforto aos ouvidos e a imagem é projetada “torta” na tela.
- As poltronas, apesar de confortáveis, eram raras as que possuíam porta copos, o que foi um incômodo ao ter que segurar a lata entre as pernas ou colocá-la no chão.
- Não temos o que elogiar no quesito acessibilidade, uma vez que já na entrada

nos deparamos com escadas estreitas, além de escadas nas próprias salas.

- A entrada é bem visualizada por uma porta de vidro que permanece aberta ao entrar. Por possuir apenas uma saída das salas, gera tumulto, mas nada muito grave. As salas possuem iluminação nos degraus e o letreiro “SAÍDA” também é iluminado. Localizado no centro da cidade, possui um bom espaço de estacionamento, mesmo que seja público. Como já dito antes, a entrada possui escadas e muitas vezes formam filas nessas escadas, o que pode causar algum acidente.

Já relacionado ao cinema C, podemos destacar:

- Apenas uma sala, com a exibição de 2 filmes

- Sessões nos horários:

Segunda a Sexta as 19h00min e 21h00min hrs.

Sábados e Domingos as 16h00min, 19h00min e 21:00 hrs.

- O bilhete possuía valor de R\$ 14,00 inteira e R\$ 7,00 meia. Filme em 3D com o valor de R\$ 20,00 a inteira e R\$ 10,00 meia.

- Em relação ao atendimento, havia uma pessoa para realizar a venda do bilhete e outra para o atendimento na bombonieri. Não havia muitas pessoas no cinema, ocasionando um atendimento rápido e eficaz.

- A limpeza era satisfatória, entretanto só possuíam banheiros dentro das salas e os lixos eram em pouco número.

- A bombonieri contava com grande variedade de produtos, além de combos que tornava mais barato a compra da pipoca

- Possui site com boa divulgação, além de perfis em redes sociais. Também havia divulgação nos jornais.

- No quesito audiovisual a sala possuía excelência, uma vez que a estrutura permitir a visualização de imagens e o áudio em 3D.

- As poltronas eram confortáveis e possuíam porta copos.

- Existência de escadas na entrada, o que gera uma dificuldade para portadores de deficiência física.

- A entrada era bem visualizada, porém não possuía indicadores da saída do estabelecimento.

- Localizado no centro com estacionamento público.

- No quesito segurança, classificamos como mediana devido à saída localizar-se em uma viela, com ausência de segurança.

BENCHMARKING

Benchmarking é uma ferramenta utilizada para definir melhores práticas com desempenho superior, comparando processos, práticas, funções e resultados, buscando identificar as oportunidades para a melhoria contínua da qualidade de uma empresa.

Para este tipo de pesquisa foi aplicado o Benchmarking Competitivo, que, segundo Zairi e Leonard (1995) “pode ser utilizado como modo de informar as pessoas quão bem ou mal eles estão se saindo contra a concorrência direta. Através de pesquisas anônimas conduzidas por consultores independentes, podem prover excelentes indicadores de desempenho da empresa contra sua concorrência”.

Para a utilização dessa ferramenta foi avaliado o líder da área cinematográfica brasileira, o qual teve o mesmo sistema de pesquisa de campo (cliente oculto) que os demais cinemas

Com relação à empresa líder de mercado, podemos observar:

- A empresa conta com as maiores diversidades de lançamentos na área cinematográfica do Brasil. Contando com vendas antecipadas de ingressos e pré-estréias. Além disso, conta com diversas sessões dubladas e legendadas.
- As sessões são realizadas em horários diversos e flexíveis, atendendo aos mais diferentes públicos.

- A bomboniere é outro ponto que chama a atenção. Conta com funcionários treinados, além de uma ampla quantidade e variedade de guloseimas, contando com chocolates importados, doces, e variedades de pipocas. Além disso, apresenta vários tipos de combos de pipocas, refrigerantes e chocolates, contando com um kit especial para crianças. Além disso, conta com brindes em alguns lançamentos.

- No quesito divulgação, podemos observar diversos meios para atrair o público. Contando com site extremamente elaborado que possibilita a verificação da diversidade de horários, salas, filmes, futuros lançamentos, compra de ingressos e até mesmo as promoções da bomboniere, conta também com perfis em redes sociais, bem como aplicativos para diversas plataformas móveis.

- A qualidade audiovisual apresenta excelência desde às salas básicas até às especiais.

- As poltronas são extremamente confortáveis, inclináveis e apresentam o porta copos. Além disso, na compra do ingresso você pode reservar a poltrona disponível de sua preferência.

- Na acessibilidade, temos rampas para acesso a qualquer parte do cinema e banheiros amplos para comodidade de cadeirantes.

- As entradas e saídas são de fácil localização. São indicadas por placas espalhados pelos corredores do cinema.
- Por ser a maior rede de cinemas do Brasil, é encontrado em diversos lugares, sempre bem localizado.
- Podemos perceber a segurança quando encontramos diversos seguranças, colaboradores uniformizados e sempre bem informados.

como cinema R, podemos comparar os dados obtidos através de pesquisas anônimas a fim de proporcionar inovação e melhoria contínua aos demais estabelecimentos visitados, identificados de A, B e C. A tabela 03 mostra a comparação dos cinemas pesquisados.

TABELA 03 – Quadro de comparação entre os cinemas e o líder de mercado

Momentos da Verdade	Cinema R (Líder de Mercado)	Cinema A	Cinema B	Cinema C
Diversidade de Lançamentos	alta diversidade, contendo várias salas de exibição	baixa diversidade, contendo apenas uma sala de exibição	baixa diversidade, contendo duas salas de exibição	baixa diversidade, contendo apenas uma sala de exibição
Número de Sessões	Alto nível, oferece horários diversos e flexíveis, atendendo à diferentes perfis de clientes	Médio nível, os três trabalham com duas sessões diárias de segunda a sexta, sendo três sessões no sábado e domingo		
Valor Bilhete	Alto nível, trabalha com valores flexíveis, atingindo assim todas as classes sociais	Médio nível, os três cinemas praticam um valor coerente e fixo, e oferecem a vantagem para estudantes que pagam meia entrada		
Atendimento	Alto nível, além de contar com profissionais treinados, ainda possui auto atendimento e vendas pela internet.	Baixo nível de atendimento, nota-se um despreparo do atendente em relação a fornecer informações	Médio nível, mas possui filas em horários de "pico"	Alto nível, rápido, satisfatório e sem espera
Limpeza do Ambiente	Alto nível, conta com funcionários trabalhando em tempo real, mantendo assim o ambiente extremamente limpo	Baixo nível, observou-se que a limpeza deixou a desejar em vários aspectos	Médio nível, os dois cinemas de modo geral mantem uma limpeza suficientemente agradável	
Bombonieri	Alto nível, extensa linha de produtos	Médio nível, grande variedades de produtos, mas insatisfatória no aspecto higiene	Médio nível, grande variedades de produtos, mas com muita espera devido o tamanho da fila	Alto nível, além de muitas variedades, haviam sugestões de "combos" que agregam descontos aos produtos
Divulgação	Alto nível, contando com site bem elaborado que possibilita diversos tipos de consulta, perfis nas principais redes sociais e aplicativos para diversas	Baixo nível, neste quesito há uma grande defazagem, pois houve dificuldade em saber qual filme estaria em cartaz	Alto nível, ambos possuem divulgação em meios diferenciados e atualizados, proporcionando informações aos variados tipos de tipos de público	
Qualidade Audiovisual	Alto nível, apresenta excelência desde às salas básicas até às especiais.	Baixo nível, os dois cinemas apresentaram péssima qualidade, além do som estar muito alto ainda continha ruídos		Alto nível, ambos forneciam ótima qualidade audio visual
Qualidade das Poltronas	Alto nível, poltronas são extremamente confortáveis, inclináveis e apresentam o porta copos. Além disso, na compra do ingresso você pode reservar a	Alto nível, todos os estabelecimentos apresentavam poltronas confortáveis e que cumpriam seu propósito		
Acessibilidade à Deficientes	Alto nível, com rampas para acesso a qualquer parte do cinema e banheiros amplos para comodidade de cadeirantes.	Alto nível, possui entradas amplas e sem existência de degraus em todo a trajeto, tal como amplo estacionamento.	Baixo nível, na entrada apresentou-se escadas estreitas, além de escadas nas próprias salas.	Médio nível, existência de escadas na entrada, porém banheiro era adaptado a portadores de necessidades.
Indicadores de Entrada/Saída	Alto nível, as entradas e saídas são de fácil localização. São indicadas por placas espalhados pelos corredores do cinema.	Baixo nível, apresentou deficiência aos indicadores de entrada e saída, além da dificuldade de locomoção no interior da sala devido à falta de sinalização luminosa	Alto nível, continha entrada facilmente acessível e saídas bem sinalizadas	Médio nível, contava com entradas de fácil acesso e localização, porém também não possuía indicadores de saída
Localização do Estabelecimento	Alto nível, é encontrado em diversos lugares, sempre bem localizados.	Baixo nível, O estabelecimento é mal localizado, longe do centro, sendo de difícil acesso para pessoas que não possuem veículo próprio	Alto nível, localizado no centro da cidade, possui um bom espaço de estacionamento, mesmo que seja público.	Alto nível, localizado no centro com estacionamento público
Segurança	Alto nível, possui seguranças espalhados pelo estabelecimento, bem como colaboradores uniformizados sempre bem informados.	Baixo nível, a localização deixa a desejar pois é afastado do centro, e é afetado no período noturno quando relacionado à roubos e assaltos	Baixo nível, detém escadas com degraus íngremes que em estreias (pelo fato de filas podem ocasionar acidentes	Baixo nível, além da ausência de seguranças, a saída das salas é localizado em frente à uma via

Sendo assim, utilizando como referência o cinema líder de mercado denominado

RESULTADOS

Sendo assim, conseguimos observar o atraso em referência ao cinema líder. Desse modo, usufruindo da ferramenta dos 4P's, apresentamos possíveis melhorias a fim de obter a qualidade total dos serviços, com foco nos principais momentos da verdade encontrados durante a pesquisa.

Em relação às pessoas, o atendimento não foi satisfatório nos cinemas A e B. Fornecer treinamento adequado aos colaboradores para que os mesmo atendam satisfatoriamente seus clientes, apresentando-lhes corretamente informações sobre a área cinematográfica presente no local, com o objetivo de se adaptar ao perfil do consumidor buscando o bom relacionamento entre empresa e cliente.

No diz respeito ao perfil, constatamos ser o primeiro ponto a ser observado pelos clientes, além de ser o mais apurado no julgamento dos consumidores. A limpeza do local pode ser melhorada através da distribuição de lixeiras coloridas, posicionadas em pontos estratégicos, bem como a separação do lixo, com finalidade de melhorar o destino do lixo gerado dentro o estabelecimento. Além disso, manutenção do ar condicionado a fim de proporcionar o conforto térmico aos clientes e uma melhor qualidade do ambiente. Os banheiros devem receber manutenção constante, evitando assim

escassez de produtos de limpeza. A bomboniere deve ser bem localizada, contar com atrativos como combos em diversos produtos, bem como brindes referentes ao filme em cartaz. O audiovisual é um dos fatores determinantes da qualidade do serviço prestado, por isso, investir em equipamentos modernos certamente atrairia um maior público culminando com maior faturamento. As poltronas, apesar de confortáveis, necessitam de maior atenção em relação à manutenção, uma vez que a maioria não contava com porta copos no cinema B. Na sociedade contemporânea, faz-se cada vez maior a necessidade de adaptação dos estabelecimentos aos portadores de deficiência. Assim, pequenas mudanças, como por exemplo, rampas de acesso, bem como vagas destinadas a tais, seria um diferencial a fim de atrair maior público. A correta sinalização da entrada e saída proporciona maior localização e fluidez das pessoas, principalmente em momentos de emergências, desse modo o estabelecimento deve contar com um sistema de sinalização clara e de fácil entendimento. Ser bem localizado é um fator essencial à qualquer estabelecimento. Com os cinemas não é diferente, uma vez que posicionado em lugares claros e próximo ao centro gera melhor acesso e

segurança aos clientes, principalmente os que não possuem transporte próprio.

Em processos, o cinema deve manter sua diversidade de lançamentos, bem como horários flexíveis visando atender aos diversos perfis de consumidores. Um serviço de qualidade proporciona a satisfação dos clientes, bem como procura superar suas expectativas, tudo à um preço aceitável, por esse motivo convém realizar promoções em dias de menor movimento, atraindo maior público, tendo a possibilidade de maior faturamento em relação a outros produtos fornecidos. A divulgação é sem dúvida o primeiro contato entre empresa e cliente, manter anúncios em redes sociais, além de manter um site atualizado, contendo horários de sessões, preços, filmes em exibição ou futuros lançamentos, torna-se fundamental devido ao crescimento de pessoas com acesso à internet. Em relação a segurança enfatizamos a necessidade de melhores adaptações do ambiente interno e maior iluminação externa.

Sabendo que procedimentos é o bom funcionamento dos outros 3P's acima citados, constatamos que os cinemas A e B não funcionam de maneira adequada em relação a este quesito. Sendo assim, verificamos como necessidades principais no cinema A: divulgação, melhor localização do estabelecimento, maior

variedade de filmes, treinamento dos funcionários além da estrutura audiovisual. Já no cinema B, o mais necessário seria a melhoria na agilidade do atendimento, também melhor estrutura audiovisual, a manutenção das poltronas e a melhoria na acessibilidade, com a troca de escadas por rampa, melhorando, assim também, a segurança interna do local.

BIBLIOGRAFIA

ALBRECHT, Karl; ZEMKE, Ron. *Serviço ao Cliente: reinvenção da gestão do atendimento ao cliente*, Editora Campus, Rio de Janeiro, 2002.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. *Qualidade Total em Serviços*. Editora Atlas, São Paulo, 2008.

ZAIRI, Mohamed e LEONARD, Paul. *Benchmarking Prático: O Guia Completo*, Editora Atlas, 1995.

