

**SOCIEDADE DE ENSINO SUPERIOR AMADEUS - SESA
FACULDADE AMADEUS - FAMA
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

VÍCTOR LUÍS SOUSA DE OLIVEIRA

**PERCEPÇÃO DO CLIENTE QUANTO À QUALIDADE DO SERVIÇO: ANÁLISE DA
TRANSFERÊNCIA DOS IMÓVEIS NOVOS DE UMA EMPRESA DO RAMO DE
CONSTRUÇÃO CIVIL DE ARACAJU/SE**

**Aracaju – SE
2016**

VÍCTOR LUÍS SOUSA DE OLIVEIRA

**PERCEPÇÃO DO CLIENTE QUANTO À QUALIDADE DO SERVIÇO: ANÁLISE DA
TRANSFERÊNCIA DOS IMÓVEIS NOVOS DE UMA EMPRESA DO RAMO DE
CONSTRUÇÃO CIVIL DE ARACAJU/SE**

**Relatório Científico de Estágio
apresentado à Faculdade Amadeus
como requisito para aprovação final e
obtenção do grau de bacharel em
Administração.**

**Orientador:
Prof.: M.Sc Isabela Gonçalves de
Menezes**

**Aracaju – SE
2016**

VÍCTOR LUÍS SOUSA DE OLIVEIRA

**PERCEPÇÃO DO CLIENTE QUANTO À QUALIDADE DO SERVIÇO: ANÁLISE DA
TRANSFERÊNCIA DOS IMÓVEIS NOVOS DE UMA EMPRESA DO RAMO DE
CONSTRUÇÃO CIVIL DE ARACAJU/SE**

**Relatório de Estágio Supervisionado apresentado à Faculdade Amadeus como
requisito para aprovação final e obtenção do grau de Bacharel em
Administração.**

**Prof. M. Sc. Paulo Sérgio Melo dos Santos
Coordenador do Curso**

**Prof. M. Sc. Isabela Gonçalves de Menezes
Professora Orientadora**

Aprovado (a) com média: _____

Aracaju (SE), ____ de _____ de ____.

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, a Deus que me permitiu tudo isso acontecer, ao longo de minha vida, e não somente nestes anos como graduando, mas em todos os momentos é o maior mestre.

Agradeço aos meus familiares, principalmente, a minha vó Luiza, meu avô Nelson (in memoriam) e meus pais pela educação e ensinamentos éticos que me proporcionaram quando criança, além do apoio incondicional.

Agradeço a minha esposa Karine com quem amo partilhar a vida. Obrigado pelo carinho, paciência e por sempre estar ao meu lado nos momentos de dificuldade e, principalmente, ao meu filho Vítor Matheus pela paciência nas minhas ausências em casa e por compreender nossa rotina de trabalho e estudos. Deus lhe abençoe!

À minha orientadora, Prof. M.Sc. Isabela Gonçalves, pelo suporte no pouco tempo que lhe coube, pelas suas correções e incentivos. E aos meus colegas de classe, principalmente, ao meu amigo Abraão por compartilhar seu conhecimento e pelo incentivo constante, fica aqui minha gratidão pela sua amizade.

Agradeço também a Fabio Santana, Erenita Sousa e Jorge Luiz, pelas oportunidades, ensinamentos profissionais e por me incentivarem a estar sempre em evolução.

Enfim, a todos que diretamente e indiretamente contribuíram para que eu conseguisse conquistar mais um objetivo em minha vida.

“Algumas pessoas marcam a nossa vida para sempre, umas porque nos vão ajudando a construção, outras porque nos apresentam projetos de sonhos e outras ainda porque nos desafiam a construí-los.”

“Para saber o que é possível é preciso que se tente conseguir o impossível, então tente. Sempre alimente a esperança de vencer, só duvide de quem duvida de você!”

Gabriel, o pensador.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	8
2 CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA	12
2.1 Histórico da Empresa.....	12
2.2 Missão, Visão, Objetivos, Valores e Serviços.....	12
2.3 Estrutura Organizacional	13
2.4 Recursos Humanos	14
2.5 Ramo de Atividade.....	14
3 ASPECTOS CONCEITUAIS	15
3.1 SERVIÇOS	15
3.1.1 CARACTERÍSTICAS DOS SERVIÇOS	16
3.1.2 TIPOLOGIA E SISTEMA DE SERVIÇO	17
3.2 PERCEPÇÃO E SATISFAÇÃO DO CLIENTE	18
3.3 QUALIDADE NO SERVIÇO.....	20
4 ATIVIDADES DO ESTÁGIO E ANÁLISE DOS RESULTADOS	22
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	30
REFERÊNCIAS	32
APÊNDICES	33

LISTA DE FIGURAS/GRÁFICOS E QUADRO

Figura 1: Gráfico de colunas: gênero dos pesquisadores	23
Figura 2: Gráfico de colunas sobre satisfação com a rapidez do serviço.....	24
Figura 3: Gráfico de colunas sobre flexibilidade do serviço.....	24
Figura 4: Gráfico de colunas sobre as lacunas no serviço	25
Figura 5: Gráfico de colunas sobre custos decorrentes de falhas.....	25
Figura 6: Gráfico de colunas sobre a percepção da qualidade no serviço	26
Figura 7: Gráfico de colunas sobre o atendimento no cartório.....	26
Figura 8: Gráfico de colunas Conservação da Escritura	27
Figura 9: Gráfico de coluna sobre fatores que avalia a qualidade na prestação do serviço	28
Figura 10: Gráfico de coluna sobre o qual desempenho do serviço que satisfaz os clientes	28
Quadro 1: Análise de desempenho na relação entre expectativa e percepção.....	29

1 INTRODUÇÃO

Este trabalho de pesquisa foi desenvolvido com o intuito de analisar a percepção do cliente quanto à qualidade dos serviços de transferência dos imóveis novos em uma empresa no ramo de construção civil, localizada na cidade de Aracaju/SE. Os principais problemas encontrados hoje em dia na prestação de serviços das organizações é a falta qualidade do serviço, a falta de uma avaliação mais detalhada nos serviços, o que gera muita insatisfação entre os clientes e afeta diretamente na produtividade das empresas. Há alguns anos muitas empresas do mercado imobiliário conquistaram grandes resultados nas vendas de imóveis novos, o que foi fundamental para o desenvolvimento econômico brasileiro, criando oportunidades de desenvolvimento habitacional nas capitais e interiores dos estados brasileiros, além de favorecer um cenário de otimismo para as pessoas que não tinham condições em adquirir um imóvel.

Investir no setor imobiliário se tornou uma boa opção de rentabilidade conservadora para o futuro de quem está comprando o imóvel. Um dos fatores importantes para que este desenvolvimento se aplique nas organizações é trabalhar as necessidades dos clientes para satisfazê-los e assim fazer com que seja percebido pelo cliente a qualidade da prestação do serviço. Deve saber a capacidade para atender os clientes do que for necessário, evitando desperdícios e falhas para não afetar os custos e a qualidade. Além de determinar qual o seu público alvo, é muito importante saber onde reside, bem como qual a sua expectativa em relação aos serviços prestados pela organização. Todo este procedimento fará como que as organizações consigam adotar as melhores decisões em favor da empresa.

No cenário atual, os clientes estão mais exigentes em relação aos serviços, pois querem, no mínimo bom atendimento, agilidade, menor custo e, mais opções, situação que acaba gerando uma necessidade de as organizações gerenciarem a capacidade de demanda da melhor maneira e sempre estarem atentas na identificação das lacunas para obter um diagnóstico preciso na qualidade do serviço. Este diagnóstico da qualidade do serviço está relacionado às expectativas dos clientes, que após o serviço perceberão como está sendo aplicado, se tem qualidade ou não. Tudo que está envolvido no serviço está sendo avaliado pelo cliente, as atitudes do prestador, sua aparência, suas habilidades e seus comportamentos.

As organizações têm muitas dificuldades diante da avaliação em relação a qualidade na prestação de serviço. Estes serviços estão relacionados as repetitivas comparações entre as expectativas dos clientes com o que é oferecido, principalmente, quando um serviço por mais que seja de boa qualidade e havendo falhas com frequência, o cliente acaba ficando insatisfeito e logo perceberá como a qualidade está ficando fraca. A empresa deverá evitar ao máximo as lacunas entre a expectativa e as percepções, ou seja, prestar o serviço que o cliente espera, evitando que o cliente não tenha seu desejo realizado.

Nas últimas décadas vem ocorrendo muitas mudanças em relação a qualidade no serviço, tanto em empresas de manufatura e as de serviços. E esta evolução do setor de serviços tem gerado uma participação crescente no PIB Mundial. Os serviços são resultados de atividades geradas por um prestador ou fornecedor para atender necessidades da outra parte, o cliente. Diferente de bens, em serviços é muito difícil de definir e medir a qualidade. Os bens podem estar diretamente associados à prestação do serviço, a interação entre o prestador e o cliente é essencial para a qualidade do serviço e satisfazer as necessidades do cliente.

A qualidade no serviço está ligada à satisfação do cliente. A partir do momento em que a organização consegue atingir a satisfação do cliente, a qualidade do serviço será percebida, que passa a ser um fator essencial para a sobrevivência da empresa e estimula a inovação do público interno. Alguns fatores acabam influenciando a formação das expectativas em relação ao serviço, independentemente se o serviço está lhe agradando ou não, o cliente levará em consideração a suas experiências anteriores e a necessidade de contar para os amigos e familiares os que perceberam.

O serviço é avaliado de várias maneiras, como os termos de dimensões de qualidade ou características, o mais importante é corresponder às necessidades dos clientes e aplicando desta maneira podem-se gerar alguns aspectos como a confiabilidade, competência, segurança, credibilidade, flexibilidade, velocidade e outras. Essas situações podem interferir positivamente ou negativamente no relacionamento entre o cliente e o prestador do serviço, que a partir daí será formada uma percepção a cada momento. (CARVALHO; PALADINI, 2012, p. 340).

Assim, este estudo foi delineado em função de informações já previstas, levando em consideração a percepção do cliente com a qualidade do serviço prestado para buscar resultados significativos.

Esta pesquisa aborda sobre a percepção do cliente quanto à qualidade do serviço no setor de Patrimônio Imobiliário de uma Construtora de grande porte na cidade de Aracaju/SE. Especificamente, busca analisar a satisfação dos clientes à qualidade no serviço em aspectos como agilidade no procedimento e, cumprimento de prazos estipulado pelo serviço de transferência de imóveis.

Este trabalho se justifica porque a partir dos resultados obtidos a empresa poderá aprimorar os processos administrativos internos de transferência de imóvel, além de melhorar o desempenho dos colaboradores do setor analisando os desejos dos clientes. Também se justifica por ser uma pesquisa viável pelo fato de a empresa ter permitido o acesso deste pesquisador aos seus clientes e apoiar por meio dos recursos que deixou à disposição, como por exemplo, o contato direto com clientes e o acesso às documentações relacionadas ao setor, de forma que não foi necessário arcar com custos e materiais para seu desenvolvimento, além de se puder conciliar a prática do dia a dia com o conhecimento teórico estudado.

A pesquisa é uma oportunidade para a Construtora, porque pode contribuir na avaliação de desempenho dos funcionários e na qualidade do serviço prestado, além de como seus clientes estão avaliando a empresa.

Por conta da grande movimentação no mercado imobiliário brasileiro e consequentemente no estado de Sergipe, deu início a uma grande demanda por imóveis novos, aumentando as vendas, além de valorizar e elevar o valor venal dos imóveis. A empresa de construção civil percebeu uma grande oportunidade de crescimento no mercado e investiu um pouco mais em qualidade e, principalmente, na prestação dos serviços.

Diante disto, a empresa que atua há mais de 30 anos no estado de Sergipe, conhecida pela alta qualidade de materiais investidos e fino acabamento, ética empresarial, inovação e liderança no desenvolvimento das obras, assegurou à construtora um portfólio de obras, agregando a satisfação do cliente ao adquirir um imóvel. Esta empresa além de construir, incorpora seus empreendimentos e tem como missão a satisfação na qualidade de produtos/serviços oferecidos atendendo a grandes expectativas do mercado, visando crescimento cada vez maior no

acontecimento de obras com a finalidade de estar sempre atendendo às necessidades dos clientes.

Hoje, a construtora possui em sua estrutura organizacional um setor de Patrimônio Imobiliário que tem como principais atribuições, além de acompanhar o processo de compra e vendas de imóveis, a regularização dos documentos, a transferência de proprietário e o repasse do valor por meio do contato direto com os clientes na pós-venda para tratar da transferência.

Diante desta problemática questiona-se: qual a percepção do cliente da construtora em estudo com relação à qualidade no serviço de transferência dos imóveis? Quais as expectativas dos clientes em relação às atividades importantes de transferência dos imóveis? Quais ferramentas do marketing de serviços podem ser utilizadas para melhoria da qualidade?

Assim, o objetivo geral deste trabalho de pesquisa consiste em analisar a percepção do cliente na qualidade do serviço de transferência de imóveis novos a partir da investigação na prestação de serviço com os clientes em uma empresa de construção civil de Aracaju/SE.

Os objetivos específicos são: analisar das expectativas dos clientes em relação à prestação do serviço da empresa; analisar os ciclos do serviço para identificar as lacunas da qualidade do serviço; avaliar o desempenho dos colaboradores nos serviços prestados aos clientes.

A metodologia utilizada foi à pesquisa bibliográfica, seguido da pesquisa de campo, através de um questionário como instrumento de coleta de dados com perguntas objetivas. A pesquisa foi realizada de forma pode ser caracterizada como qualitativa e descritiva que tem como objetivo aprimorar a avaliação formativa, quando se trata de avaliar resultados individuais dos participantes dos serviços, responder questionamentos, avaliar os procedimentos internos e atividades que tem o objetivo geral não tão claro. De acordo com Gil (1996).

Quanto a coleta de dados, para este trabalho foi utilizado um questionário aplicado a 26 dos 30 clientes que adquiriram imóveis novos na construtora.

2 CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA

2.1 Histórico da Empresa

Este trabalho trata de uma empresa de construção civil que teve sua implantação em 25 de janeiro de 1979, a partir da associação dos responsáveis, Sr. José Francisco da Cunha e Genivaldo Tavares da Cunha. A Construtora tem como serviços a construção de imóveis residenciais (prédios e condomínios de casas), imóveis comerciais, vendas e aluguéis de galpões e comercialização de terrenos.

A empresa teve seus primeiros passos quando José Cunha, sócio administrador, resolveu abraçar o seu sonho de construir e edificar residências para negociação, deixando o seu trabalho de caminhoneiro que exercia com sucesso durante muitos anos. Passou a residir na capital sergipana, para começar a trilhar um caminho de sucesso na construção civil, construindo casas e negociando terrenos. Hoje a empresa é conhecida pela alta qualidade nos acabamentos, construindo empreendimentos com alto padrão de qualidade visando o bem-estar e a segurança de seus proprietários, além de realizar seus trabalhos com muita seriedade e responsabilidade.

Conta, ainda, com projetos inovadores e modernas arquiteturas, agregando satisfação aos seus clientes ao adquirir seus imóveis, e atua com um diferencial, a garantia de manutenção que oferece dentro do prazo de 5 anos para acabamento e 10 anos para comprometimento da construção dos empreendimentos.

Ao longo desses anos, vem materializando projetos e construindo obras sólidas. Atualmente, a empresa encontra-se equipada e estruturada para prestar serviços de construção própria particular, num total de 88.658,11m² de área construída e 590 unidades.

2.2 Missão, Visão, Objetivos, Valores e Serviços

Missão:

Satisfação na qualidade de produtos/serviços oferecidos atendendo a grandes expectativas do mercado.

Visão:

Crescimento cada vez maior no acontecimento de obras com a finalidade de estar sempre atendendo às necessidades do cliente.

Objetivos:

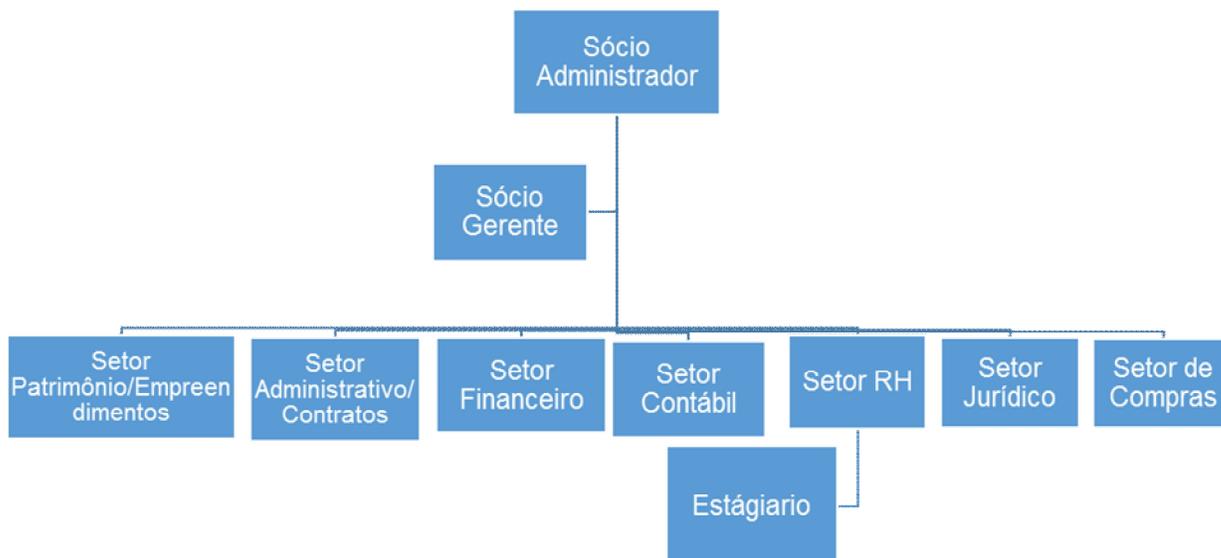
- Assegurar a qualidade do produto, a partir do aperfeiçoamento tecnológico contínuo do processo produtivo, de acordo com as normas técnicas;
- Conquistar a crescente satisfação dos clientes, através da entrega dos produtos com a qualidade requerida.
- Buscar a qualificação contínua dos nossos colaboradores, em busca da produtividade e qualidade dos serviços.
- Garantir a rentabilidade dos empreendimentos, a fim de permitir a longevidade da empresa.

Valores:

Qualidade de materiais investidos e fino acabamento; Ética empresarial; Responsabilidade, integração e comprometimento com os nossos clientes; Inovação e Liderança nos desenvolvimentos das obras.

Serviços:

A empresa tem como serviços a construção de imóveis residenciais, como prédios e condomínios de casas, imóveis comerciais, vendas e aluguéis de galpões, loteamentos e comercialização de terrenos.

2.3 Estrutura Organizacional

2.4 Recursos Humanos

Hoje a construtora dispõe de 15 funcionários no setor administrativo e quase 100 colaboradores no canteiro de obras, entre eles funcionários e terceirizados.

2.5 Ramo de Atividade

- Incorporação de empreendimentos imobiliários;
- Construção de edifícios;
- Construção de instalações esportivas e recreativas;
- Aluguel de imóveis próprios;
- Compra e venda de imóveis próprios;

3 ASPECTOS CONCEITUAIS

Levando em consideração a temática desta pesquisa, se faz necessário um levantamento teórico sobre os conhecimentos emitido de diversos autores. Destacam-se algumas referências sobre a percepção da qualidade e como pode ser gerada a satisfação no cliente.

3.1 SERVIÇOS

Para os prestadores de serviços é muito difícil identificar as necessidades dos clientes, uma vez que não se sabe ao certo qual o desejo do cliente. Diante disso, deve ser trabalhada com várias hipóteses, para não acontecer nenhuma surpresa de qualquer tipo de ação negativa na percepção do cliente.

É uma atividade ou uma série de atividades de natureza mais ou menos intangível, que normalmente, mas não necessariamente, acontece durante a interação entre o cliente e empregados de serviços ou recursos físicos, ou bens fornecidos como solução para o problema ou desejo do cliente (CORRÊA; CAON, 2002).

Quanto ao serviço de transferência de imóvel, há um bem físico ou um produto junto com o serviço, isto é, a escritura registrada, o documento que comprova a realização do serviço para aquele cliente e seu imóvel, de modo que não pode ser considerado um serviço puro.

Segundo Carvalho e Paladini (2012, p. 328) nota que “a diferenciação entre bens e serviços nem sempre pode ser claramente definida, pois é difícil apresentar um exemplo claro do serviço puro ou de bem físico isento de serviço associado.”

De acordo com Las Casas (2006), um serviço pode se tornar único e competitivo a partir do momento em que avalia o que o mercado esta oferecendo igualando com as necessidades e interesses dos clientes. Estas informações irão fornecer uma base para diferencial e atender aquilo que o mercado espera.

Se o cliente solicita um serviço em uma determinada empresa pela primeira vez e for percebido por ele que aconteceu alguma falha na realização do serviço, a empresa será vista de forma negativa. Por este motivo é muito importante sempre estar analisando o serviço para diagnosticar algum tipo de lacuna e evitando repetidas falhas no processo.

Quando um cliente procura um prestador de serviço, espera que sua necessidade seja satisfeita ou que seu desejo seja atendido. Em serviços profissionais, existem situações em que a necessidade do cliente entra em conflito com seu desejo. Isso é causado por uma lacuna entre os níveis de conhecimento do processo de prestação de serviços, entre o cliente e o prestador. Nessas situações, é fundamental que o prestador tente esclarecer para o cliente suas dúvidas e seus conflitos referentes a necessidades, desejos e expectativas (CARVALHO; PALADINI, 2012).

3.1.1 CARACTERÍSTICAS DOS SERVIÇOS

Carvalho e Paladini (2005) apresenta as seguintes características dos serviços:

- **Intangibilidade** – o serviço não é um item físico, justamente por não se tratar de um objeto palpável. Como por exemplo a compra de um produto eletrônico.
- **Heterogeneidade** – o serviço será caracterizado por sua variação, conforme o relacionamento entre as pessoas. Tornando o serviço imprevisível diante das ações, reações e suas expectativas.
- **Estocabilidade** – o serviço não pode ser armazenado, deverá ser realizado e entregue no mesmo momento.
- **Necessidade da participação do cliente** – o serviço necessita da presença do cliente para ser realizado e entregue. Havendo um nível elevado de contato entre o consumidor e a operação.
- **Simultaneidade** – é necessário o serviço ser realizado simultaneamente com o seu consumo.
- **Qualidade** – geralmente, quando os consumidores participam da operação (produção) do serviço, além de julgar o resultado final ele irá avaliar os fatores da aplicação do serviço.

Neste caso, o cliente poderá obter uma avaliação da qualidade em relação as etapas do serviço. O roteiro elaborado pela empresa será julgado pelo cliente, já que precisa da presença dele em uma etapa do serviço e irá acompanhar os aspectos do serviço até a entrega do resultado.

3.1.2 TIPOLOGIA E SISTEMA DE SERVIÇO

De acordo com Carvalho e Paladini (2005), a classificação dos serviços pode ser realizada pelo volume e pela variedade em três tipos de categorias:

Serviços de massa - este é o tipo do serviço que se adequa a transações com muitos clientes, esse serviço faz com que o prestador tenha o tempo de contato limitado e uma padronização das atividades. Além de não exigir um nível elevado de qualificação, tem como características a não variedade, não é flexível em curto prazo e geralmente, esse serviço ocorre em uma empresa e não ao indivíduo.

Serviços profissionais - são serviços com um nível mais alto de contato com o cliente, necessitando um tempo significativo no procedimento do serviço. O atendimento é limitado e personalizado, para gerar mais qualidade e satisfação do cliente. Esse tipo de serviço é adaptado para atender em grande variedade e com o atendimento mais específicos, as suas características se definem pela participação do cliente nas especificações do serviço, os profissionais são pagos mais pelo seu conhecimento, habilidades e criatividade do que pelas atividades que desempenham e, como objetivo de atender as necessidades dos clientes.

Loja de serviços - tem como características os níveis intermediários de contato com os clientes, está no meio entre a padronização e a customização. Como volumes de cliente atendidos e combinações de valores das atividades na linha de frente e retaguarda são intermediários.

O serviço de transferência de imóveis realizado pela construtora em estudo pode ser caracterizado como Loja de serviço, em algumas situações é exigido uma personalização na transferência de um imóvel específico, que vai necessitar um nível maior de conhecimento técnico imobiliário, por parte do funcionário. E também, em outros casos considera-se ter uma padronização do serviço pelo fato de que o serviço de transferência possuir as mesmas etapas e quando não há falhas, o serviço não tem muita variedade tornando flexível em curto prazo.

Ainda de acordo com Carvalho e Paladini (2005), quando é exigida a participação do cliente na prestação do serviço, será necessário um nível de interação que varia de acordo com as peculiaridades da atividade: classificando essa interação como, Front Office - as atividades que exige um contato elevado com o cliente, que é o de linha de frente e Back Office – atividades não tem contato com o cliente, as de retaguarda.

Os serviços de transferência podem ser considerados como Front Office (linha de frente), por disporem de um alto contato com cliente colhendo informações para caracterizar a transferência, também por possuir variabilidade no serviço.

3.2 PERCEPÇÃO E SATISFAÇÃO DO CLIENTE

A respeito da percepção e satisfação do cliente, Kotler e Keller (2006) observam que por meio da comparação de um produto ou serviço com a expectativa do cliente será o resultado da satisfação, no caso do resultado alcançado ou até mesmo o desapontamento se as expectativas não forem atingidas. No caso de o desempenho do produto ou do serviço ultrapassar a expectativa do cliente, ocorrerá um encantamento com o serviço ou o produto.

As necessidades do cliente são causadas pela falta de clareza na informação na prestação do serviço, é de fundamental importância que o prestador não deixe dúvidas ao cliente. Assim, o cliente é influenciado por experiências anteriores em relação ao serviço prestado, onde o cliente vai poder comparar o serviço através de sua percepção e a expectativa. (CARVALHO; PALADINI, 2012)

Segundo Bateson e Hoffman (2003), entender que o processo de qualidade do serviço pode ser examinado partindo-se da análise das lacunas entre expectativas e as percepções de gerência dos funcionários e dos clientes, que observa basicamente as suas expectativas e a percepção do serviço prestado. Em suma, a lacuna de serviço pode ser entendida como a distância entre a expectativa do cliente e sua percepção do serviço prestado.

Um dos principais pontos positivos para o cliente é o serviço sem falhas ou pendências. A partir do momento em que surge uma pendência que impede o prosseguimento do serviço, o cliente começa a examinar a qualidade do serviço e imaginar se a empresa irá dá o suporte necessário para a conclusão das atividades.

Segundo Slack, Chambers e Johnston (2002, p. 72), “a rapidez da operação interna também é importante. A resposta aos consumidores externos é auxiliada sobre tudo pela tomada de decisão, movimentação de materiais e das informações internas.”

Alguns fatores podem influenciar a formação das expectativas do cliente em relação ao serviço, independentemente se o serviço está lhe agradando ou não, de

modo que o cliente levará em consideração a sua experiência anterior e a necessidade anterior de contar para os amigos e familiares o que percebeu.

Segundo Kotler e Keller (2006, p. 89), “pode ser percebida a satisfação do cliente a partir do momento em que o serviço atinge a necessidade do cliente, em sua totalidade dos atributos e características do serviço”.

A partir do momento em que a organização consegue atingir a satisfação do cliente, a qualidade do serviço será percebida, que é um fator essencial para a sobrevivência da empresa e um estímulo a inovação dos seus stakeholders; principalmente quando se trata de um serviço como objeto deste trabalho, em que a empresa não consegue fornecer um mesmo serviço exatamente igual aos outros todas as vezes que for solicitado; situação esta que pode ser identificada como uma característica do serviço, a heterogeneidade.

Lacuna do Conhecimento – Diferença entre o que o cliente espera de um serviço e o que a gerencia percebe que os clientes esperam.
Lacuna de padrões – Diferença entre o que o gerente percebe que os clientes esperam e as especificações de qualidade estabelecidas para a prestação do serviço.
Lacuna da entrega – Diferença entre as especificações de qualidade estabelecidas para a prestação do serviço e sua qualidade real. Por exemplo, os funcionários executam o serviço da maneira como são treinados?
Lacuna de comunicação – Diferença a qualidade real do serviço prestado e a divulgada nas comunicações externas da empresa, como folhetos e propagando na mídia de massa. (BATESON; HOFFMAN, 2003, p. 376).

Muitas as empresas trabalham para chegar a um nível mais alto da satisfação do cliente, que não deveria ser a sua meta central. Para chegar a este nível, a empresa pode precisar reduzir seu preço ou aumentar seu serviço, o que pode gerar lucros menores. As empresas podem obter lucros maiores por outros meios, na execução do serviço e trabalhar com ideia que está tentando alcançar a satisfação do cliente, evitando a insatisfação dos demais stakeholders (KOTLER; KELLER, 2006, p. 142).

Um dos fatores importantes é a percepção dos clientes em relação à qualidade dos serviços prestados, pois alguns pode não perceber a qualidade que o serviço oferece mesmo que o prestador tenha se preparado bastante para o momento e em decorrência, vir a avaliar de forma errada a prestação do serviço; por exemplo, quando um cliente precisa concluir a transferência do seu imóvel de

maneira mais rápida e devido à burocracia no procedimento das entidades governamentais, acaba atrasando a transmissão do bem imóvel.

Quanto a qualidade do serviço, está relacionada com a satisfação, ou seja, a partir do momento em que um cliente fique satisfeito com a prestação do serviço, a sua qualidade será percebida. O cliente forma suas expectativas conforme as promessas feitas pelo vendedor do serviço, por experiências passadas ou através de um comentário de outra pessoa. Por isso o prestador deverá administrar bem essas expectativas para que não haja insatisfação e igualar a expectativa com a satisfação do cliente (LAS CASAS, 2006, p.89).

Contudo, o prestador de serviço deve sempre buscar a satisfação dos clientes com qualidade, de maneira que não prejudique a empresa, tanto na lucratividade como no marketing negativo. Assim, o cliente poderá se tornar um instrumento positivo de marketing, utilizando a comunicação boca a boca ao apresentar sua satisfação e esclarecer o que vivenciou.

3.3 QUALIDADE NO SERVIÇO

Relacionar a percepção do cliente com a qualidade do serviço é de fundamental importância para melhoria da imagem das empresas e também serve para a avaliação da prestação do serviço. De acordo com Las Casas (2006, p. 25).

Os serviços oferecidos por uma empresa devem ser cuidadosamente planejados e, acima de tudo, oferecidos com qualidade. Um serviço bem feito gera satisfação aos clientes atendidos, que voltam a comprar produtos ou indicam outros serviços de seu relacionamento. Com isso, cada ramo de atividade possui certas características técnicas que o diferencie (LAS CASAS, 2006).

A empresa precisa elaborar, cuidadosamente, o roteiro do serviço para que seja realizado com qualidade e atingir a satisfação do cliente. Quando o cliente percebe que o serviço foi bem feito ele sempre terá a empresa ou o profissional como referência naquela área e voltará a contratar o mesmo.

Para Bateson e Hoffman (2003, p. 72), “o conceito de qualidade no serviço é enganoso e abstrato, é difícil defini-lo e medi-lo. A melhor maneira de abordar o assunto talvez seja distinguindo a medição da qualidade do serviço com a satisfação do cliente.”

Os serviços são resultados de atividades geradas por um prestador ou fornecedor para atender necessidades da outra parte, o cliente. Diferente de bens,

em serviços é muito difícil de definir e medir a qualidade. Os bens podem estar diretamente associados a prestação do serviço, a interação entre o prestador e o cliente é essencial para a qualidade do serviço e satisfazer as necessidades do cliente.

De acordo com Las Casas (2006, p. 7), “os clientes percebem serviços de forma diferenciada conforme foi visto, uma vez que a qualidade do serviço é variável de acordo com o tipo de pessoa.”

“A gestão da qualidade é um processo que envolve o monitoramento e a avaliação do alcance de objetivos, utilizando métodos de medição da melhoria e da verificação do funcionamento das ações de processos”. (JOHNSTON; CLARK, 2003, p. 127).

As organizações têm muitas dificuldades diante da avaliação em relação a qualidade na prestação de serviço, já que estes serviços estão relacionados às repetidas comparações das expectativas dos clientes, principalmente quando um serviço, por mais que seja de boa qualidade para o cliente. Havendo falhas com frequência na prestação do serviço o cliente logo perceberá a queda na qualidade e conseqüentemente ficar insatisfeito.

A diferença de perspectivas de qualidade entre bens e serviços pode gerar aumento na participação do mercado e também pode significar a diferença entre sucesso e o fracasso. Uma empresa que está atenta na qualidade do serviço vai conquistar novos clientes e gerar compras repetidas. Os clientes que repetem as compras geram menores custos comparando com os novos clientes, já que conquistar novos clientes precisa de uma estratégia de marketing específica, conforme adquira confiança na empresa os clientes não sentem receio em fechar negócio com a organização, além de a qualidade do serviço deve ser aplicada como parte da gestão e produção do serviço. (BATESON; HOFFMAN, 2003, p. 87).

4 ATIVIDADES DO ESTÁGIO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Com base nos estudos realizados neste relatório, apresenta-se neste capítulo a análise dos dados coletados e resultados obtidos no estudo.

A pesquisa foi realizada nos meses de abril e maio de 2016, em uma empresa do ramo de construção civil localizada em Aracaju/SE. O desenvolvimento deste trabalho se deu a partir de pesquisas bibliográficas, um estudo qualitativo, com aplicação de um questionário para os clientes.

No início houve dificuldades devido à falta de interesse por parte dos clientes em responder o questionário. Entretanto, depois de explicar o porquê do questionário, os clientes começaram a participar e mostrar satisfação em expressar suas opiniões em relação ao serviço de transferência.

No total, foram 26 clientes que responderam o questionário, entre os 30 que adquiriram os imóveis lançados no mercado imobiliário recentemente pela construtora, permitindo apresentar seus desejos e até as suas insatisfações com relação ao serviço.

O questionário aplicado com um total de 11 questões, sendo que duas destas são abertas. O questionário é constituído por uma série de perguntas com o objetivo de coletar respostas para ajudar a análise da percepção dos clientes quanto a qualidade do serviço prestado pela empresa.

Os questionários foram entregues de forma imparcial aos clientes, para que as análises não sofressem influência e foram aplicados no momento em que os clientes realizavam a assinatura das escrituras de seus respectivos imóveis, sem a presença do entrevistador.

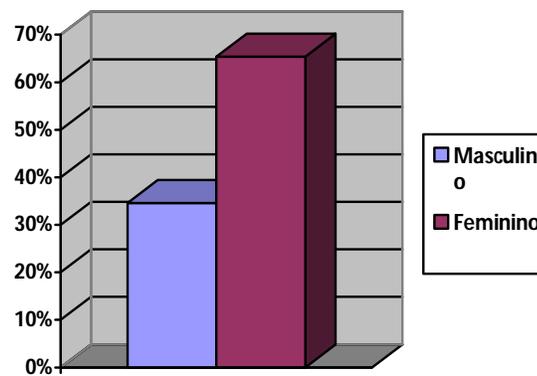
Em princípio, buscou-se encontrar resultados na comparação da expectativa da qualidade do serviço com a percepção do cliente. Os dados coletados foram analisados e comentados abaixo de acordo com as teorias que fundamentam essa pesquisa.

Na sequência será apresentado os resultados dos questionários e suas respectivas análises, as questões foram colocadas nesta pesquisa, em forma de gráficos.

Quanto ao gênero, pode-se verificar no gráfico (Figura 1), que a maioria dos entrevistados é do gênero feminino.

Considerando-se que a maioria das mulheres são perfeccionista e estão sempre atentas aos fatores que influenciam diretamente e indiretamente no processo de transferência, bem como agilidade e custos baixos. De acordo com a análise podemos perceber o número maior de mulheres sendo responsáveis pela transferência de imóvel.

Figura 1: Gráfico de colunas: gênero dos pesquisadores

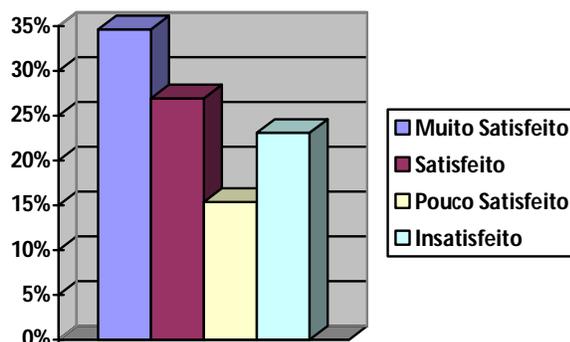


Fonte: Dados de Pesquisa, 2016.

Outra questão pesquisada foi relacionada aos fatores que indicam a rapidez dos colaboradores durante o serviço, quando solicitado. A rapidez em um serviço acontece, principalmente, com intenção de evitar acúmulo de serviço e fornecer uma resposta mais rápida aos consumidores externos (Figura 2).

Segundo Slack, Chambers e Johnston (2002, p. 72), “a rapidez da operação interna também é importante. A resposta aos consumidores externos é auxiliada sobre tudo pela tomada de decisão, movimentação de materiais e das informações internas.”

Figura 2: Gráfico de colunas sobre satisfação com a rapidez do serviço

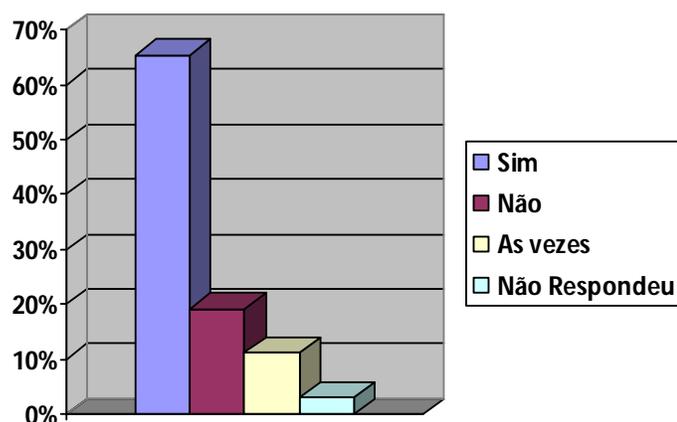


Fonte: Dados de Pesquisa, 2016.

A pergunta sobre Flexibilidade dos colaboradores perante o serviço de transferência. Dos 26 clientes representados na figura 3, a maioria afirmou existir flexibilidade no serviço de transferência.

De acordo com Slack, Chambers e Johnston (2002, p. 75), “flexibilidade de composto significa a habilidade de fornecer ampla variedade ou composto de produtos e serviços”.

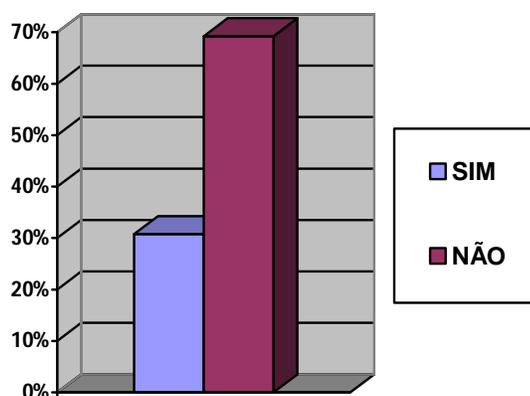
Figura 3: Gráfico de colunas sobre flexibilidade do serviço



Fonte: Dados de Pesquisa, 2016.

A figura 4 apresenta através de gráfico de colunas, resposta sobre se houve falhas durante o serviço de transferência ou pendência de documentações junto ao cartório. Se o cliente solicita um serviço em uma determinada empresa pela primeira vez e for percebido por ele que aconteceu alguma falha na realização do serviço, a empresa será vista de forma negativa. Por este motivo é muito importante sempre estar analisando o serviço para diagnosticar algum tipo de lacuna e evitando repetidas falhas no processo.

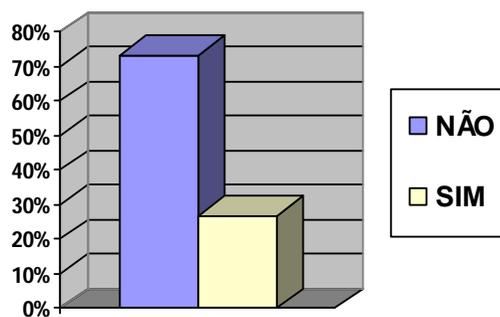
Figura 4: Gráfico de colunas sobre as lacunas no serviço



Fonte: Dados de Pesquisa, 2016.

Na pergunta referente à figura 5, os entrevistados foram questionados com relação aos custos gerados durante a transferência, ou seja, se houve duplicidade de pagamento relataram insatisfação por estes custos e falhas que, além disso, resultaram, no atraso da transferência do imóvel.

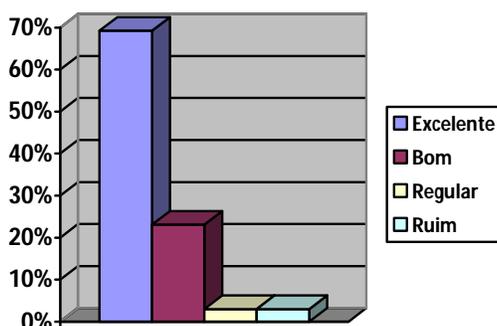
Figura 5: Gráfico de colunas sobre custos decorrentes de falhas



Fonte: Dados de Pesquisa, 2016.

Pelo desempenho apresentado na figura 6, pode-se verificar que os clientes perceberam o interesse dos colaboradores em solucionar o serviço. Alguns fatores podem influenciar a formação das expectativas do cliente em relação ao serviço, independentemente se o serviço está lhe agradando ou não, de modo que o cliente levará em consideração a sua experiência anterior e a necessidade anterior de contar para os amigos e familiares o que percebeu.

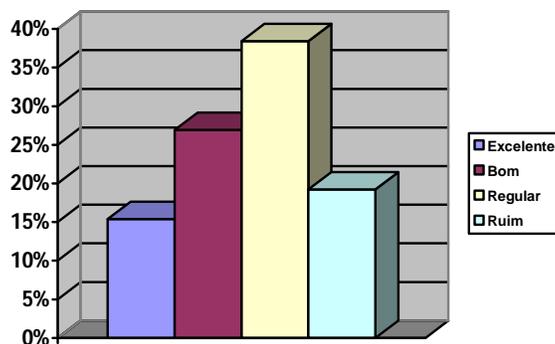
Figura 6: Gráfico de colunas sobre a percepção da qualidade no serviço



Fonte: Dados de Pesquisa, 2016.

Observa-se, a partir da figura 7 que a maioria dos entrevistados consideram regular o serviço prestado pelo cartório que realiza o atendimento que elabora a minuta da escritura para prosseguimento da transferência. Observa-se ainda que um número elevado de clientes avaliou como ruim o atendimento no cartório.

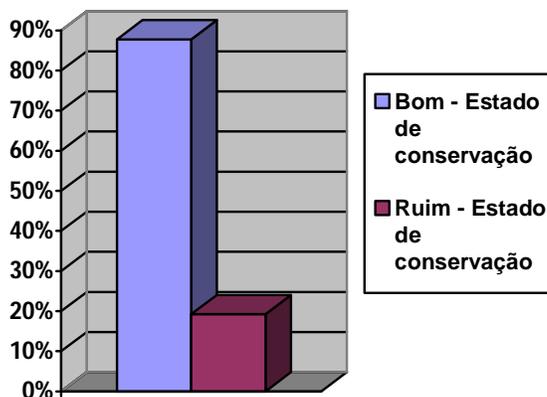
Figura 7: Gráfico de colunas sobre o atendimento no cartório



Fonte: Dados de Pesquisa, 2016.

Outra questão abordada no questionário foi em relação ao estado de conservação da Escritura Pública referente ao imóvel, se estava em boas condições ou em condições ruins. A esse respeito, a maioria dos pesquisadores considerou que o documento foi entregue em bom estado de conservação (Figura 8).

Figura 8: Gráfico de colunas Conservação da Escritura

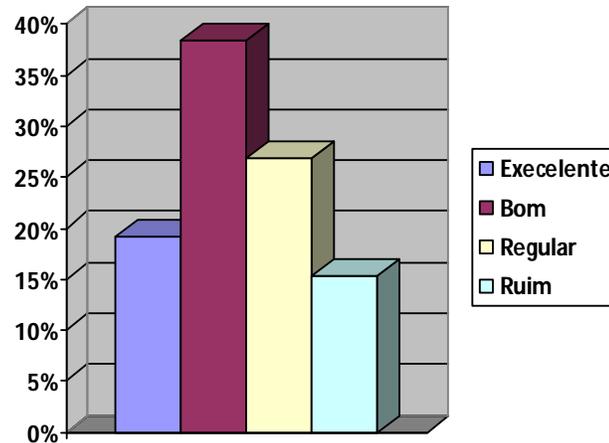


Fonte: Dados de Pesquisa, 2016.

Para iniciar o procedimento de transmissão de um imóvel, é muito importante a maneira como a empresa e seu colaborador irá abordar o cliente, mantendo a cordialidade com o indivíduo. Muitos fatores podem influenciar o cliente, na decisão de iniciar o serviço. Como se esta transferência é importante para ele no momento; o custo que irá arcar para realizar o serviço é viável para o cliente no momento; se o cliente tem confiança em solicitar o serviço para esta empresa.

Uma questão a ser pesquisada foi o acompanhamento da empresa no procedimento e a avaliação da prestação do serviço. Pode-se observar na figura 9, que a maioria dos 26 respondentes, afirmou como “Bom” o nível de satisfação com a prestação do serviço como todo.

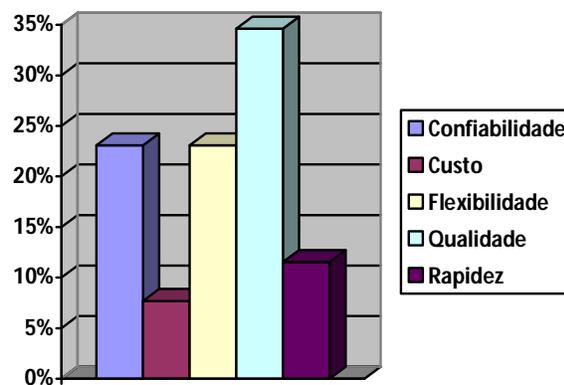
Figura 9: Gráfico de coluna sobre fatores que avalia a qualidade na prestação do serviço



Fonte: Pesquisa de campo, 2016

A figura 10 retrata qual o desempenho do serviço de transferência realizado pela construtora satisfaz as necessidades dos pesquisadores.

Figura 10: Gráfico de coluna sobre o qual desempenho do serviço que satisfaz os clientes



Fonte: Dados de Pesquisa, 2016.

A partir da análise aplicada através de uma questão aberta para o cliente expor suas opiniões no serviço. Conforme pode-se observar o custo elevado dos impostos e taxas para a transferência dos imóveis foi o item que teve maior reclamação por parte dos clientes, considerando a supervalorização na tabela de valores da Prefeitura Municipal, a insatisfação com o elevado percentual cobrado pelas entidades governamentais e falta de transparência para emissão destes impostos.

Quadro 1: Análise de desempenho na relação entre expectativa e percepção

	EXPECTATIVA					PERCEPÇÃO				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
CUSTO				4			2			
FLEXIBILIDADE		2							4	
QUALIDADE				4						5
RAPIDEZ	1								4	
CONFIABILIDADE			3					3		

Fonte: Dados de Pesquisa, 2016.

Conforme o quadro 1, observa-se que a percepção dos clientes em relação a qualidade como todo obteve o nível mais elevado, já que a expectativa era de um serviço muito burocrático, demorado e com um custo elevado. Observa-se ainda que se conseguir fornecer um serviço rápido, flexível e com menor custo possível, o cliente pode ficar satisfeito com o serviço prestado

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo deste trabalho foi apresentar e analisar, através de um estudo abrangente e pesquisa bibliográfica, a percepção do cliente quanto à qualidade do serviço de transferência de imóvel. Desenvolvido em uma empresa do ramo da construção civil em Aracaju/SE, com colaboração de alguns funcionários e clientes da construtora.

Em primeiro lugar, este trabalho foi mais um pequeno passo em meu caminho de contínuo crescimento como pessoa e profissional. E outros passos se exigem. Com uma oportunidade de aprender a mesclar, a prática com a teoria de conceituados autores na área da administração. Dentre as várias opções de bibliografias de serviço, buscou-se os mais renomados autores, sobre qualidade nos serviços, qualidade total, satisfação do cliente, metodologia científica e até administração da produção.

O trabalho ainda buscou diferenciar a expectativa do cliente com a sua percepção, a qualidade e a satisfação.

O primeiro passo do trabalho foi identificar através de estudos, os tipos de serviços que a empresa oferecia aos seus clientes, observando a metodologia da empresa, esta pesquisa iniciou tratado sobre o tema discutido, procurando relacionar o que os clientes esperam e o que percebem após em relação a transferência do imóvel, entre documentação, impostos e toda burocracia envolvida.

Uma das maiores dificuldades deste trabalho sucedeu na aplicação do questionário aos clientes para iniciar a coleta de dados da pesquisa, uma vez que surgiram imprevistos com relação aos horários que os clientes tinham disponíveis e com os que me concerne.

Através do questionário aplicado, foi possível observar pontos importantes da prestação do serviço. Uma das lacunas que este trabalho revela consiste na percepção dos clientes com relação às falhas que ocorreram durante o processo de transferência e por conta disto, resultam em custos adicionais e/ou atraso do procedimento, chegando a atingir a insatisfação por boa parte dos clientes. É uma lacuna que não se espera encontrar após esta pesquisa, mas que será um ponto importante a ser corrigido por parte da empresa.

Como foi abordada na pesquisa, a agilidade é um item solicitado com frequência pelos clientes, por necessitarem da documentação finalizada em outros

procedimentos. E para cumprir com o tempo prometido, se faz necessário ter flexibilidade em alguns casos, como no momento em que é emitir as taxas de impostos, coletando as assinaturas da escritura pública e finalizar o processo.

Na coleta e análise dos dados, verificou-se que a maioria dos clientes atingiram ou superaram o nível de satisfação com relação a rapidez e flexibilidade no serviço de transferência. Ainda assim, observou-se que o nível de insatisfação com estes itens foi muito elevado, de modo que se faz necessário se adequar estrategicamente a esta situação para reduzir ou eliminar as falhas durante o processo.

Outro ponto importante a ser destacado são as lacunas relacionada ao serviço de transferência, por depender de procedimentos internos em entidades governamentais o processo tem o risco de surgir falhas e, principalmente, por falta de atenção pendência de documentação, seja do imóvel ou de uma das partes.

De acordo com os gráficos, observou-se que foram obtidos resultados positivos quando comparados falhas e acertos. Identificou-se muitas reclamações por parte dos clientes, em relação às falhas e erros que resultaram em custos indevidos durante o processo de transferência, foram relatadas falhas em documentações, duplicidade de pagamento por atraso de determinada etapa do processo. Um fator importante foi à análise e identificar os motivos que levaram a estes acontecimentos.

Quanto à satisfação em relação ao interesse dos colaboradores, a qualidade do serviço no cartório, estado de conservação da escritura e a qualidade como todo, foi relatado um nível bom de qualidade.

Com isso, pode-se concluir que é de suma importância analisar o que o cliente espera do serviço e perceber como o serviço está sendo conduzido, afim de que a qualidade seja aprimorada, bem como identificadas e reduzidas ao máximo as lacunas do serviço para diagnosticá-las e, assim, melhorar o desempenho na prestação do serviço.

REFERÊNCIAS

- BATESON, J. E. G.; HOFFMAN K. D. **Princípios de Marketing de Serviços**. 3.ed. São Paulo: Cengage Learning, 2003.
- CARVALHO, M. M.; PALADINI, E. P. **Gestão da Qualidade – Teoria e casos**. Rio de Janeiro: Elsevier Editora, 2005.
- CARVALHO, M. M.; PALADINI, A. P. de C. **Gestão da Qualidade – Teoria e casos**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier ABEPRO, 2012.
- CORRÊA, H. L.; CAON, M. **Gestão de Serviços – Lucratividade por meio de operações e de satisfação dos clientes**. São Paulo: Atlas, 2002.
- JOHNSTON, R.; CLARK, G. **Administração de Operação de Serviços**. São Paulo: Atlas, 2002.
- LAS CASAS A. L. **Marketing de Serviços**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2006.
- LAS CASAS, A. L. **Qualidade Total em Serviços – Conceitos, Exercícios e Casos práticos**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008
- KOTLER P.; KELLER K. L. **Administração de Marketing**. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.
- PALADINI, E. P. **Avaliação Estratégica da Qualidade**. São Paulo: Atlas, 2002.
- SLACK, N.; CHAMBERS S.; JOHNSTON, R. **Administração da Produção**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- ROESCH S. M. A. **Projeto de Estágio e de Pesquisa em Administração**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2005.
- GIL, A. C. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1996.
- MEDEIROS, J. B. **Redação Científica – A Prática de Fichamentos, Resumos, Resenhas**. 12. ed. São Paulo: Atlas, 2014.
- MARCONI, M. de A.; LAKATOS, E. M. **Metodologia do Trabalho Científico – Procedimentos Básicos, Pesquisa bibliográfica projetos e relatório, Publicações e trabalhos científicos**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2015.

APÊNDICES

APÊNDICE A – Questionário

Imóvel:

Gênero: F () M ()

- 1) Durante o serviço, como você avalia a comunicação/acompanhamento dos colaboradores no processo de transferência do seu imóvel?

- Excelente
- Bom
- Regular
- Ruim

- 2) Quanto a transparência das informações de documentação e valores para transferência do imóvel, você teve confiança e segurança no que foi esclarecido?

- Sim
 - Não (*)
 - Outro(*)
- Justifique (*):
-

- 3) Com relação a realização do serviço no tempo programado, qual nível de satisfação?

- Excelente
- Bom
- Regular
- Ruim

- 4) Durante o serviço de transferência houveram problemas de documentação, junto ao cartório, que inviabilizaram a conclusão do serviço?

- Não
 - Sim e qual o motivo?
-

5) Em relação as taxas para transferência, houve a necessidade de pagar duas vezes alguma taxa?

- Não
 - Sim, qual e porquê?
-

6) Como você classifica o empenho dos colaboradores da empresa durante a prestação do serviço?

- Excelente
- Bom
- Regular
- Ruim

7) Como você avalia a participação do cartório na prestação do serviço de transferência de imóvel?

- Excelente
- Bom
- Regular
- Ruim

8) Ao concluir a transferência, a escritura do seu imóvel estava em bom estado de conservação?

- Bom o estado de conservação
- Ruim o estado de conservação

9) No geral, qual seu nível de satisfação em relação a prestação do serviço de transferência?

- Muito Satisfeito
- Satisfeito
- Pouco Satisfeito
- Insatisfeito

10) Dê sugestões e/ou críticas sobre o serviço de transferência imóvel.

11) Cite requisito que podem ser melhorados no serviço de transferência de imóvel.