

# **MARKETING DE SERVIÇOS: UM ESTUDO DE CASO NA EMPRESA VILLA TORRES RESTAURANTE E CHOPERIA**

**André Henrique Nadais PORTO<sup>1</sup>, Robson Weligton SOUZA<sup>2</sup>**

*<sup>1</sup>Estudante de Administração – Incoa/UninCor – e-mail: andre\_nadais@yahoo.com.br*

*<sup>2</sup>Orientador e Professor do Curso de Administração – Incoa/UninCor – e-mail :robsonweligton@bol.com.br*

## **Palavras-Chave: Marketing de serviços, Cliente, Competitividade**

### **RESUMO**

O marketing de serviços apresenta-se como uma estratégia fundamental para a empresa moderna. Estas estão sendo obrigadas a repensar continuamente na sua forma de atuação atendendo às expectativas dos clientes, por meio da transformação proporcionada pelo serviço. O ambiente empresarial, e mercadológico, caminha para uma competitividade sem precedentes dentro do contexto socioeconômico, uma das únicas formas da empresa tornar-se competitiva, e apresentar diferenciais perceptíveis junto ao seu consumidor, será o aprimoramento constante da qualidade na prestação de serviços, focando principalmente o atendimento às necessidades do cliente. O desafio aqui lançado é unir a operação, a gestão do serviço ao marketing que será mais do que uma aplicação tática, será uma estratégia de gestão. O estudo foi realizado em um restaurante com a finalidade de desenvolver os conhecimentos básicos e aplicar no empreendimento visando na qualidade do serviço prestado. O Villa Torres Restaurante e Choperia, empresa no segmento alimentício foi inaugurado no dia 16 de junho de 2010 tem a capacidade de atendimento para 260 clientes, o Villa Torres é resultado da união de quatro empresários, já do ramo de restaurantes. É o terceiro empreendimento do Grupo Terrazzo. Aberto todos os dias, das 11:30 até 00:00, o Villa oferece um cardápio variado e de qualidade. O diferencial do restaurante é o atendimento, feito por pessoal treinado e preparado.