

## 6ª JORNADA DE INTEGRAÇÃO E INICIAÇÃO CIENTÍFICA

### HOTEL BOUTIQUE CASA QUATRO OITO

Aline Humphreys de Oliveira; Amanda Santos da Silva; Marcelo Giacometti da Silva; Priscila da Silva Freitas; Léo Vitor Alves Redondo

## INTRODUÇÃO

Os avanços da tecnologia estão proporcionando um aumento na produtividade e clientes mais exigentes, conseqüentemente, uma disputa maior entre os concorrentes, ficando cada vez mais difícil uma empresa ter destaque no mercado. As organizações que buscam a inovação conseguem ter uma vantagem competitiva em relação às outras, nesse contexto o Hotel Boutique Casa Quatro Oito foi inaugurado em 2016, com a proposta ainda não vista na cidade, de receber as pessoas com o conforto de uma casa, onde elas se sintam à vontade, mas com serviços de um hotel.

## OBJETIVO

Analisar o mercado hoteleiro e a empresa selecionada, gerando soluções para que o empreendedor seja mais assertivo na proposta de valor e na entrega, através do desenvolvimento do cliente e melhorias no produto desenvolvido, usando a inovação como base.

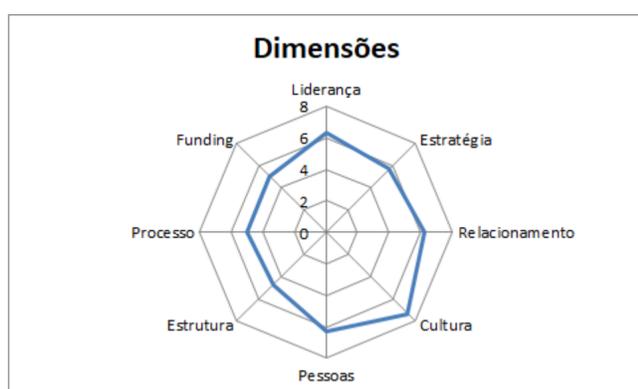
## METODOLOGIA

Por meio de uma entrevista semi-estruturada com 37 perguntas, que foram realizadas diretamente para a proprietária do hotel Casa Quatro Oito, se conseguiu informações para preencher o formulário do Octógono da Inovação. Essa ferramenta permite analisar o contexto da inovação presente em um conjunto de 8 dimensões que devem se configuradas para melhorar o potencial inovador.

## DESENVOLVIMENTO PESQUISA

Para se ter maior clareza de como a empresa está em termos de Gestão da Inovação foi utilizado a ferramenta octógono da inovação, onde é possível realizar o diagnóstico, que permite perceber por meio de indicadores, os pontos fracos e fortes e refletir sobre oportunidades de melhoria.

Quadro 1 – Resultado Octógono da inovação da Casa Quatro Oito



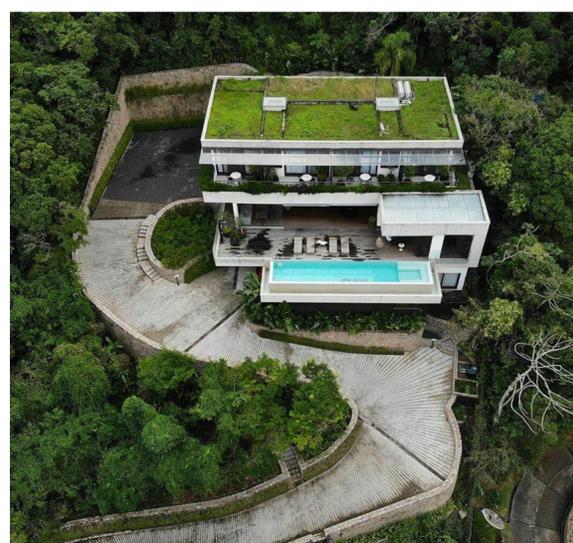
Fonte: Elaboração dos autores

Após análise dos dados e com as informações obtidas empiricamente na entrevista feita, foram idealizados diversos cenários para ajudar a atingir os objetivos deste estudo e do hotel.

Encontrou-se uma empresa com baixa estruturação nos processos, porém com uma cultura muito forte, onde havia alinhamento de como a empresa é, passando a ser como os funcionários operam dentro da organização.

Apesar de não ter processos fixos e seguros, um dos problemas enfrentados pela organização, é fazer um marketing que atinja o público-alvo de maneira eficiente.

Figura 1 – Hotel Casa Quatro Oito



Fonte: Rede social do hotel Casa Quatro Oito

Figura 2 – Hotel Casa Quatro Oito



Fonte: Rede social do hotel Casa Quatro Oito

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Todas as ideias foram discutidas internamente com o grupo acadêmico, os próximos passos serão fazer pesquisas de mercado para entender a potencialidade de todos os itens e apresentar o MVP para a proprietária do hotel Casa Quatro Oito.

1 Graduando em Administração .Faculdade Cesusc. alineholiveira@gmail.com

2 Graduando em Administração .Faculdade Cesusc. amanda.hp13@gmail.com

3 Graduando em Administração .Faculdade Cesusc. marcelogiacometti@hotmail.com

4 Graduando em Administração .Faculdade Cesusc. priscilafreitas.mc@gmail.com

5 Docente do Curso de Administração. Faculdade Cesusc. leo\_redondo@msn.com

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CARVALHO, Hélio gomes de. REIS, Dácio Roberto dos. CAVALCANTE, Márcia Beatriz. **Gestão da inovação**. Curitiba: Aymarã, 2011. 136 p.

CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à teoria geral da administração**: edição compacta. 4. ed. São Paulo: Manole, 2014. 1 recurso online. ISBN 9788520440452. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788520440452>>. Acesso em: 18 mai. 2019.