

FACULDADE PRESIDENTE ANTÔNIO CARLOS
INSTITUTO TOCANTINENSE PRESIDENTE ANTÔNIO CARLOS PORTO S/A

COMISSÃO PRÓPRIA DE AVALIAÇÃO

RELATÓRIO DA PEQUISA DE SATISFAÇÃO DA COMUNIDADE ACADÊMICA
DA FAPAC COM OS SERVIÇOS PRESTADOS PELA EMPRESA
LANCHONETE DO TIO

PORTO NACIONAL – TO
DEZEMBRO, 2017

FAPAC – Faculdade Presidente Antônio Carlos.
INSTITUTO TOCANTINENSE PRES. ANTÔNIO CARLOS PORTO S/A.
CPA – Comissão Própria de Avaliação
Rua 02, Qd. 07 – Jardim dos Ypês – Porto Nacional – TO – CEP 77.500-000
CX Postal 124 - Fone: (63) 3363-9600 - CNPJ: 10.261.569/0001-64
www.itpacporto.com.br

André Moreira Rocha
Ana Carolina P. P. Fernandes
Carlos Aurélio Gama de Freitas
Elizeu Gonçalves Neto
Josiany Barbosa Nunes
Raimunda Ferreira Neves Fonseca
Raquel da Silva Aires
Ronyere Olegário de Araújo
Silvania Martins Benvindo Pacheco
Thompson de Oliveira Turíbio

**RELATÓRIO DA PESQUISA DE SATISFAÇÃO DA COMUNIDADE ACADÊMICA
DA FAPAC COM OS SERVIÇOS PRESTADOS PELA EMPRESA
LANCHONETE DO TIO**

Relatório formulado a partir da análise dos dados da Pesquisa de Satisfação Lanchonete do Tio, respondida pela comunidade acadêmica da FAPAC/ITPAC Porto Nacional

**PORTO NACIONAL - TO
DEZEMBRO, 2017**

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	4
2. OBJETIVO GERAL.....	5
2.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	5
3. METODOLOGIA UTILIZADA PARA REALIZAÇÃO DA PESQUISA DE SATISFAÇÃO LANCHONETE DO TIO	6
4. RESULTADOS.....	7
CONCLUSÃO	14

1 INTRODUÇÃO

Uma Pesquisa de Satisfação objetiva conhecer a opinião de consumidores e clientes a respeito dos serviços prestados por uma empresa. Dessa forma é possível descobrir a imagem passada pela companhia em cada um dos pontos de contato com seus clientes, gerando relatórios. Avaliando os pontos fortes e fracos de seu contato com o cliente, os gestores de uma empresa são capazes de planejar a melhor forma de abordar seu público e descobrir quais estratégias trazem melhores resultados para a empresa.

A Lanchonete do Tio é uma empresa instalada no Campus da FAPAC/ITPAC Porto Nacional que oferta produtos alimentícios para a comunidade acadêmica desta instituição de ensino.

Esta Pesquisa de Satisfação da Lanchonete do Tio se justifica no processo de autoconhecer as suas fragilidades e assim propor melhorias baseada na comunicação dos resultados desta aos setores envolvidos contribuindo assim para a excelência dos serviços prestados pela Lanchonete do Tio.

2. OBJETIVO GERAL

Realizar pesquisa de satisfação aos usuários da Lanchonete do Tio.

2.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Detectar a satisfação pelas instalações físicas da lanchonete;
- Classificar a qualidade do atendimento da lanchonete;
- Identificar se os produtos vendidos atendem em termos de qualidade;
- Verificar a suficiente oferta de alimentos;
- Relacionar tipos de alimentos adequados à dieta alimentar;
- Verificar a compatibilidade do preço dos produtos vendidos.

3. METODOLOGIA UTILIZADA PARA REALIZAÇÃO DA PESQUISA DE SATISFAÇÃO LANCHONETE DO TIO

Tratou-se de uma pesquisa de satisfação de clientes do tipo qualitativa, descritiva-explicativa, transversal para a qual foi utilizado um questionário (APENDICE I) estruturado *on-line*.

O questionário permaneceu disponível para resposta no período entre 24 de outubro de 2017 e 17 de novembro de 2017.

A amostra foi constituída pelos segmentos acadêmicos da FAPAC – Faculdade Presidente Antônio Carlos (n=262) no qual acessaram link no Portal Acadêmico ou Portal do Professor que permitiu responder o questionário, ao se tratar dos discentes ou docentes. Tratando-se do corpo técnico administrativo da I.E.S, foi disponibilizado link para site contendo o instrumento de coleta de dados.

Os dados foram agrupados e analisados através da frequência das respostas das perguntas, sendo expressos em porcentagem e para facilitar a análise desta pesquisa, todos foram demonstrados através de gráficos.

4. RESULTADOS

Após o período de realização da pesquisa de satisfação, os dados coletados a partir do sistema de gerenciamento institucional “Avaliação e Pesquisa” foram analisados e descritos em porcentagem. Este resultado foi expresso em forma de gráficos para facilitar a interpretação.

Dos indivíduos que participaram da pesquisa 40,46% (n=106) consomem diariamente os produtos vendidos na lanchonete, 33,97% (n=89) consomem produtos de 2 a 3 vezes por semana, 24,81% (n=65) raramente consomem produtos vendidos na lanchonete e 0,76% (n=2) não utilizam a lanchonete para consumir seus produtos (Figura 1).

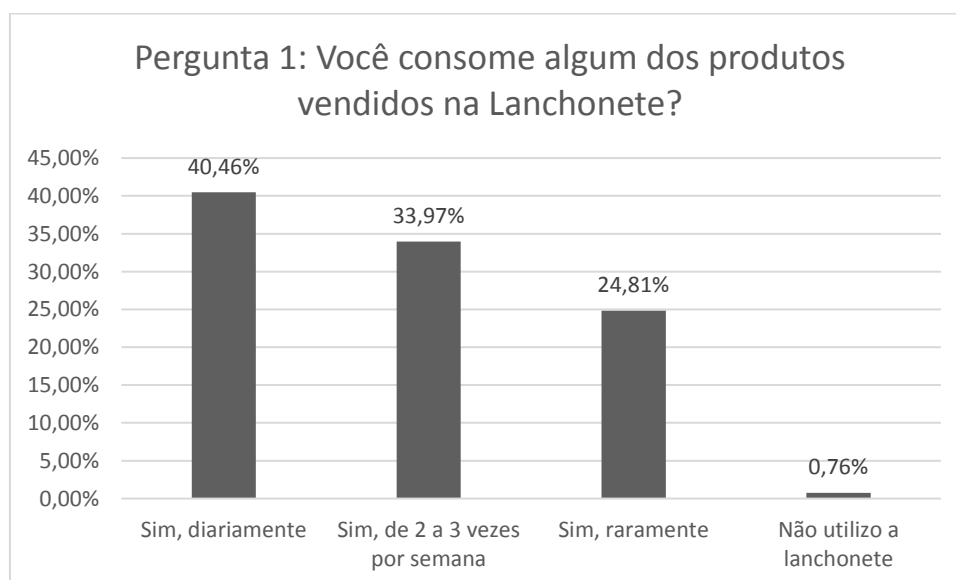


Figura 1 – Frequência no consumo de produtos vendidos na Lanchonete do Tio.

Fonte: Dados da Pesquisa de Satisfação Lanchonete do Tio.

Em relação ao atendimento oferecido pela lanchonete (Figura 2), 19,23% (n=50) classificaram como ótimo, 37,69% (n=98) o classificaram como bom, 31,15% (n=81) classificaram regular o atendimento e 11,92% (n=31) classificaram como ruim.

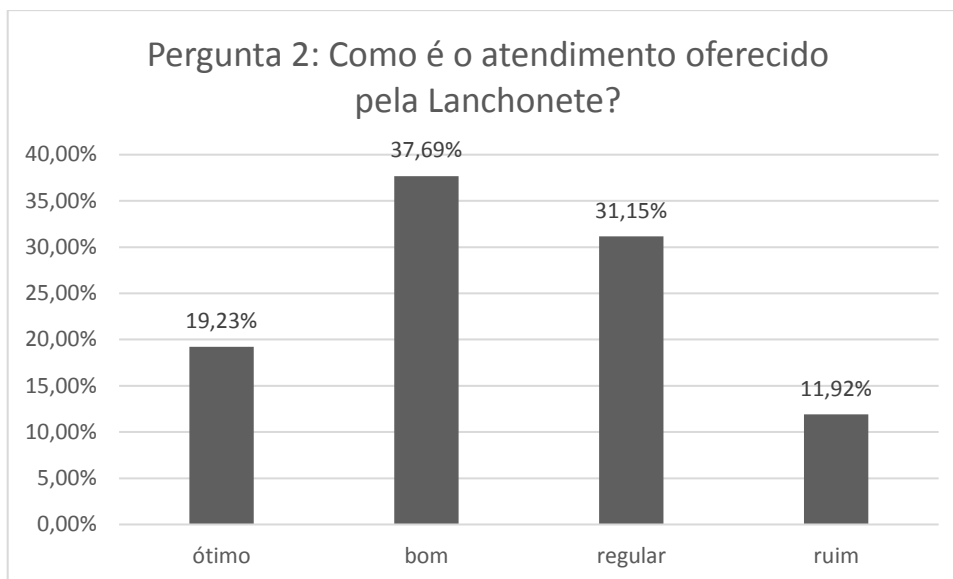


Figura 2 – Classificação do atendimento oferecido pela lanchonete.
Fonte: Dados da Pesquisa de Satisfação Lanchonete do Tio.

Ao avaliar a habilidade e a cordialidade dos atendentes da Lanchonete do Tio (Figura 3), 45,04% (n=118) dos participantes consideraram os atendentes habilidosos e cordiais, 42,75% (n=112) consideraram em parte a habilidade e a cordialidade e 12,21% (n=32) não consideraram os atendentes habilidosos e cordiais.

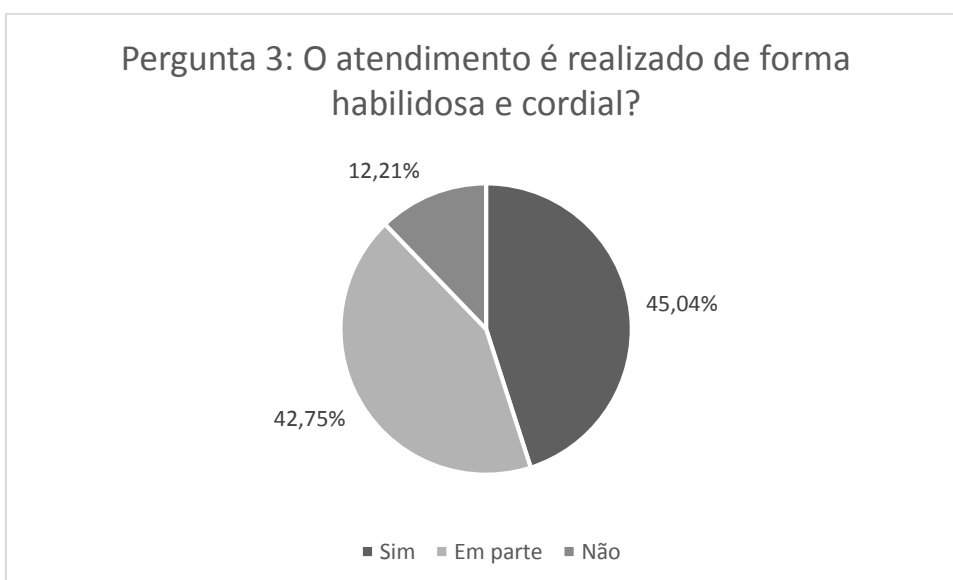


Figura 3 – Classificação do atendimento oferecido pela lanchonete.
Fonte: Dados da Pesquisa de Satisfação Lanchonete do Tio.

Em relação à quantidade de funcionários para realizar um atendimento ágil as necessidades (Figura 4), 29,12% (n=76) consideraram que o número de funcionários é o suficiente, 39,85% (n=104) consideraram que em parte o número de funcionários é suficiente e 12,21% (n=81) não consideraram o suficiente o número de funcionários.

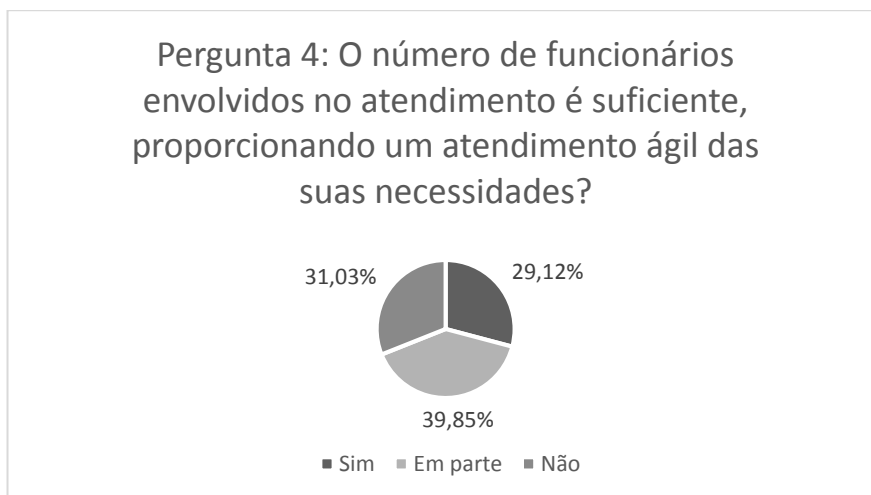


Figura 4 – Classificação do atendimento oferecido pela lanchonete.
Fonte: Dados da Pesquisa de Satisfação Lanchonete do Tio.

O tempo de espera no atendimento da Lanchonete do Tio (Figura 5) foi satisfatório para 31,68% (n=83) dos participantes, entretanto 44,27% (n=116) em parte estavam satisfeitos e 24,05% (n=63) não estavam satisfeitos com o tempo em que se leva até ser atendido.

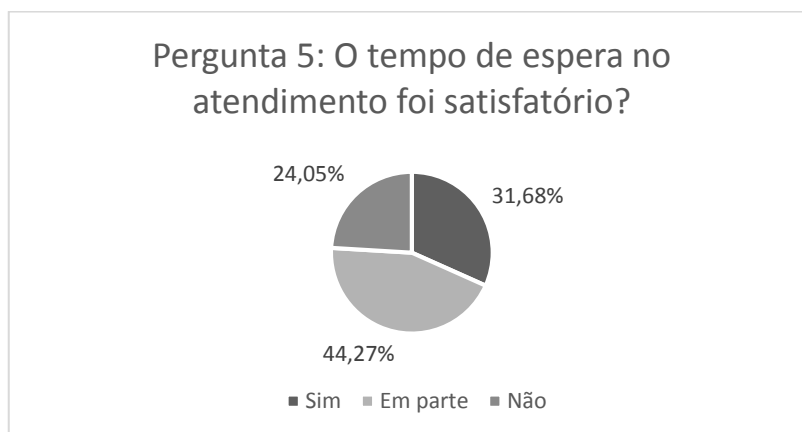


Figura 5 – Pesquisa de satisfação do tempo de espera para atendimento na lanchonete.
Fonte: Dados da Pesquisa de Satisfação Lanchonete do Tio.

Em relação à estrutura física da lanchonete (Figura 6), 38,55% (n=101) a consideraram conservada e que atende as necessidades, 36,64% (n=96) consideraram que a estrutura física em partes é conservada e que atende as necessidades, 24,81% (n=65) consideraram que a estrutura física não é conservada e que não atende as suas necessidades.

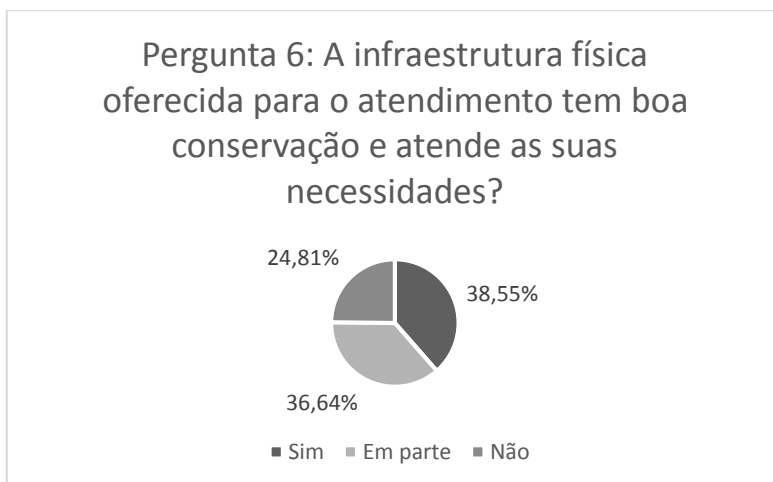


Figura 6 – Pesquisa de satisfação em relação à estrutura física oferecida pela lanchonete.
Fonte: Dados da Pesquisa de Satisfação Lanchonete do Tio.

Quanto a qualidade dos produtos vendidos como o sabor, a aparência e o aroma (Figura 7), 7,63% (n=20) consideraram com ótimo, 28,24% (n=74) consideraram como bom, 35,50% (n=93) consideraram como regular e 28,63% (n=75) consideraram ruim a qualidade dos produtos vendidos pela Lanchonete do Tio.

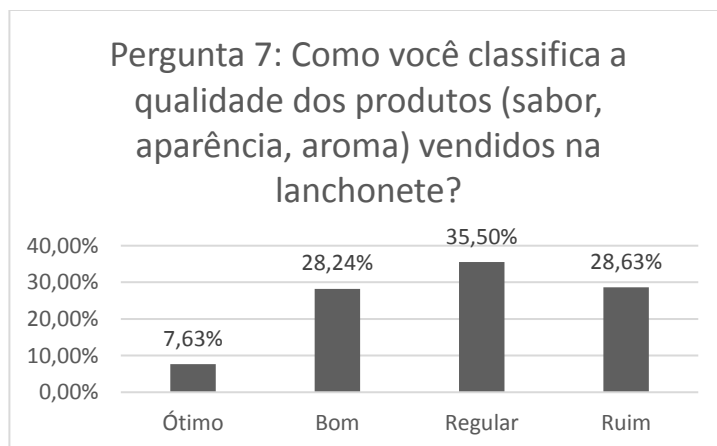


Figura 7 – Satisfação em relação à qualidade dos produtos vendidos pela lanchonete.

Fonte: Dados da Pesquisa de Satisfação Lanchonete do Tio.

Em relação ao preço dos produtos vendidos pela lanchonete (Figura 8), 62,60% (n=164) o consideraram fora das expectativas e que não é compatível com a qualidade dos produtos vendidos e com os preços de produtos vendidos fora da IES, 27,10% (n=71) consideraram que em parte o preço dos produtos é compatível com a qualidade e com a concorrência externa, e 10,31% (n=27) consideraram que o preço dos produtos está dentro das expectativas e é compatível com a qualidade dos produtos vendidos e também com os preços praticados fora da IES.

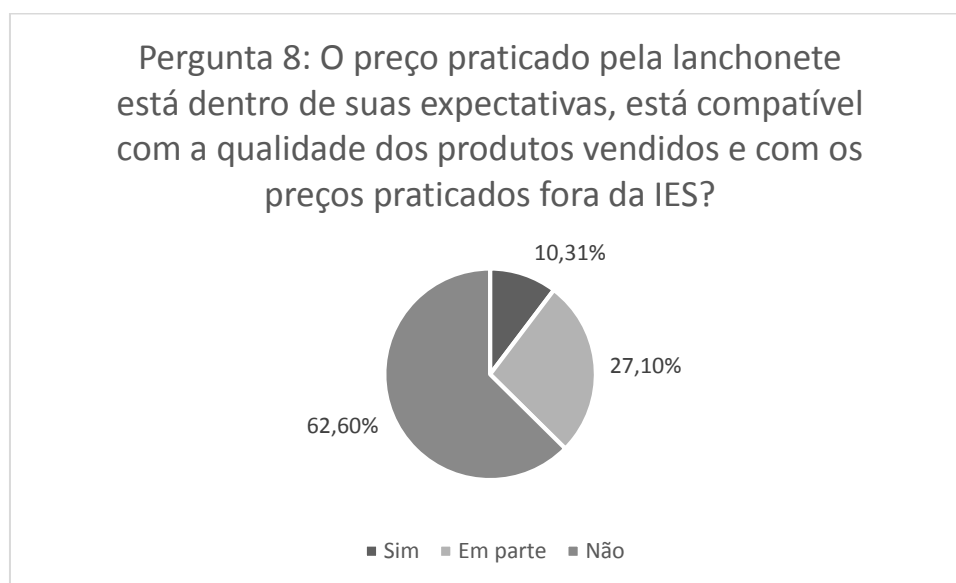


Figura 8 – Satisfação em relação ao preço dos produtos vendidos pela lanchonete.

Fonte: Dados da Pesquisa de Satisfação Lanchonete do Tio.

Quando se classifica se o cardápio da lanchonete é diversificado (Figura 9), e atende a sua dieta alimentar, 42,15% (n=110) não consideraram o cardápio da lanchonete diversificado, 38,31% (n=100) consideraram que o cardápio é diversificado em partes e 19,54% (n=51) consideraram o cardápio diversificado e que atende a sua dieta alimentar. Em relação ao tipo de alimento que se deve acrescentar na lanchonete para atendimento da dieta alimentar (Figura 10), 40,23% (n=103) consideraram importante a inclusão de frutas, 24,61% (n=63) assados, 11,33% (n=29) massas, 9,38% (n=24) verduras e legumes, 7,81% (n=20) carne, 3,91% (n=10) frituras, 1,95% (n=5) gordura animal, 0,75% (n=2) oleaginosas e

nenhum participante considera que se deve acrescentar gordura vegetal como alimento na Lanchonete do Tio.

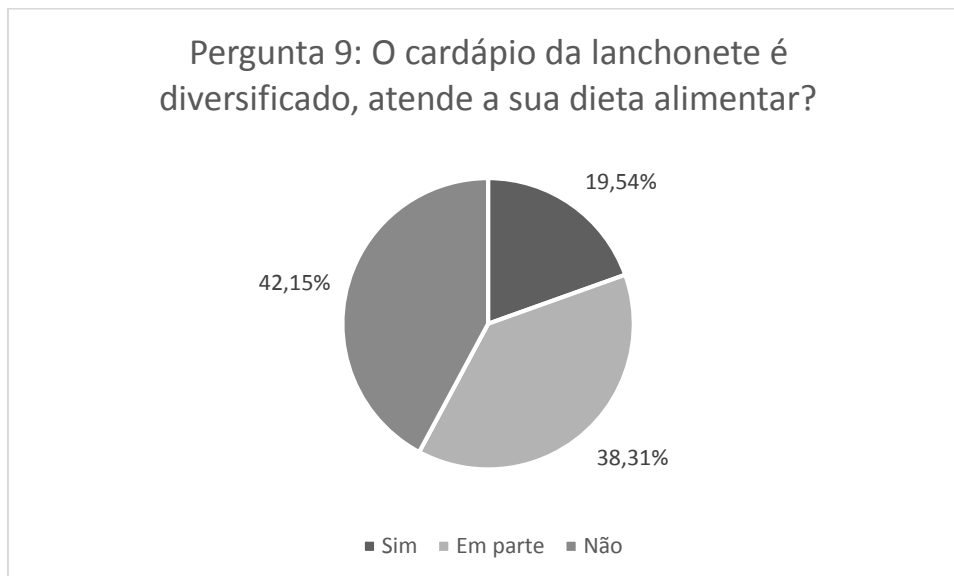


Figura 9 – Classificação em relação ao cardápio da lanchonete.
Fonte: Dados da Pesquisa de Satisfação Lanchonete do Tio.

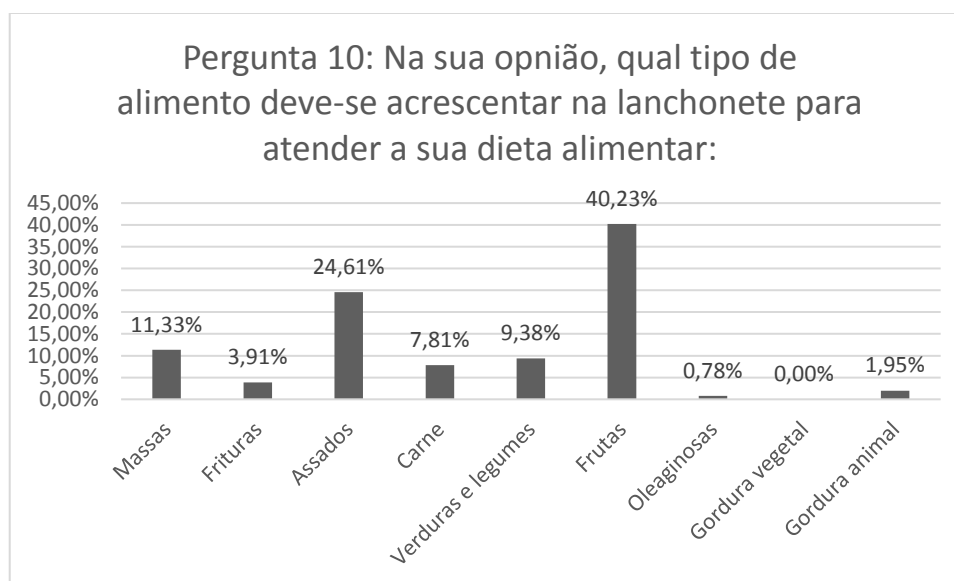


Figura 10 – Sugestão de alimento que deve ser acrescentado ao cardápio da lanchonete.
Fonte: Dados da Pesquisa de Satisfação Lanchonete do Tio.

Sobre a suficiente oferta de alimentos na lanchonete em todos os períodos de funcionamento (manhã, tarde e noite), 40,77% (n=106) consideraram insuficiente a oferta de alimentos em todos os períodos de funcionamento, 37,31%

(n=97) consideraram que somente em parte dos períodos de funcionamento da lanchonete a oferta de alimentos é insuficiente e 21,92% (n=57) consideraram suficiente a oferta de alimentos durante todos os períodos de funcionamento da lanchonete (Figura 11).

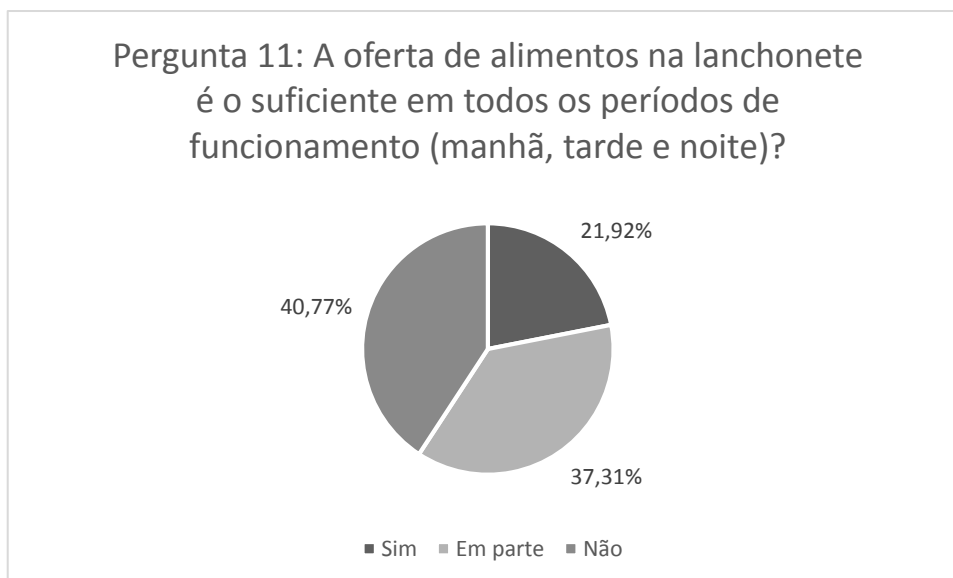


Figura 11 – Considerações sobre a oferta de alimentos durante o período de funcionamento da lanchonete.

Fonte: Dados da Pesquisa de Satisfação Lanchonete do Tio.

No questionário disponibilizado para esta pesquisa, os participantes tiveram espaço para descrever elogios e/ou sugestões à Lanchonete do Tio, entretanto nenhum utilizou o espaço para descrever as suas contribuições.

CONCLUSÃO

Esta pesquisa permitiu verificar a satisfação dos segmentos acadêmicos da FAPAC/ITPAC Porto Nacional em relação aos serviços prestados pela Lanchonete do Tio no Campus da instituição. Evidenciou-se que a maior parte dos participantes da pesquisa frequentam a Lanchonete do Tio e que gostam do serviço de atendimento prestado pelos colaboradores da lanchonete, pois os atendentes são cordiais e educados. Entretanto os participantes acreditam que se houver um aumento no número de funcionários, o tempo de espera para atendimento será menor melhorando ainda mais a qualificação da lanchonete.

A estrutura física da lanchonete supre as necessidades daqueles que responderam à pesquisa, entretanto os produtos vendidos pela lanchonete não tem qualidade de sabor, aparência ou aroma, e isso é reforçado quando os clientes consideram que o preço dos produtos vendidos na lanchonete não é dentro das expectativas, incompatíveis com a qualidade dos produtos e também com os preços de produtos semelhantes vendidos fora da IES.

Os clientes não consideram o cardápio da lanchonete diversificado, e consideraram ser importante acrescentar no cardápio como: frutas, assados, massas, verduras e legumes, e não consideram importante a gordura vegetal. Os alimentos oferecidos pela lanchonete não são suficientes para atender o público em todos os períodos de funcionamento da Lanchonete.