CONEP
Congresso Online de Engenharia de Produção
22 à 25 de março de 2021
ISBN: 978-65-86861-82-2

AVALIAÇÃO DA QUALIDADE PERCEBIDA E AÇÕES DE MELHORIAS NO RESTAURANTE TEMPERO DE MÃE - ITAPERUNA/RJ.

Congresso Online de Engenharia de Produção, 4ª edição, de 22/03/2021 a 25/03/2021
ISBN dos Anais: 978-65-86861-82-2

SILVA; Allan Siqueira Silva [1], PINTO; BRUNNA DE OLIVEIRA PENNA [2], RIBEIRO; CAROLINE DUARTE [3], COUTINHO; Italo [4]

RESUMO

Nos dias atuais, o advento da tecnologia proporcionou várias maneiras para as empresas atraírem e chegarem aos clientes e como consequência disso, a concorrência cresceu de forma expressiva, impulsionando a competitividade com o rápido surgimento de novas tecnologias, surgem também novos produtos e serviços. Nesse ponto de vista, determinar estratégias de fidelização e lealdade dos clientes se torna cada vez mais importante. Todavia, é preciso conhecer exatamente seu cliente, para que dessa forma seja possível estabelecer quais são os níveis de satisfação como também planejar os próximos projetos de captação e fidelização da empresa. O restaurante, Tempero de Mãe, pretende fidelizar os clientes atuais e conquistar novos e para isso é preciso o conhecimento de alguns conceitos em relação a definição de qualidade desejada pelo cliente para identificá-la no empreendimento e poder aplicá-la. Tendo como premissas que o cliente é a razão da existência do negócio, o trabalho tem como ponto de partida implementar alguns conceitos da qualidade percebida para captação das vontades e exigências do cliente. O estudo foi realizado no restaurante Tempero de Mãe, localizado na cidade de Itaperuna, interior do estado do Rio de Janeiro. Com o objetivo de avaliar a qualidade percebida e definir ações de melhorias e estimar o grau de satisfação dos clientes. Neste trabalho foi utilizado como abordagem a pesquisa com caráter quantitativo. Através dessa metodologia, foi utilizado essencialmente o raciocínio lógico e claro para uma melhor apuração dos dados coletados. Foi escolhido para esse presente estudo o tipo de pesquisa exploratória e descritiva. Por fim, o método escolhido para pesquisa foi o estudo de caso que é um método de pesquisa que utiliza dados agregados de eventos reais para interpretar, analisar ou explicar grupos de fatos em seu próprio contexto. O questionário apresentado visa avaliar o grau de satisfação e identificar quais são as necessidades dos clientes ativos e clientes novos do restaurante. Portanto, foram escolhidos alguns pontos de análise com a finalidade de serem estudados e assim ser avaliado o grau de percepção dos clientes e quais são os pontos de melhorias do restaurante. Diante desses resultados, conclui-se que: A divergência de opiniões dos clientes com a opinião da proprietária, apresenta diferenças consideráveis, resultando em insatisfações consideráveis não observadas pela proprietária. O estudo da análise da qualidade é preciso ser realizado semestralmente, dessa forma consegue obter resultados mais assertivos em relação a satisfação dos clientes. Alguns resultados apresentados são benéficos para a empresa, visto que

[1] UniRedentor, allanacademico3@gmail.com
[2] UniRedentor, brunnaopp@gmail.com
[3] UniRedentor, duarteribeiro.carol@gmail.com
[4] UniRedentor, italo.santos@uniredentor.edu.br

as reclamações e insatisfações foram constantes, entre eles: Churrasco, Estacionamento e Variedade. As opções de Limpeza, Atendimento e Localização tiveram resultados altíssimos, sendo destaque na pesquisa.

PALAVRAS-CHAVE: Clientes, Melhorias, Qualidade, Restaurante

[1] UniRedentor, allanacademico3@gmail.com
[2] UniRedentor, brunnaopp@gmail.com
[3] UniRedentor, duarteribeiro.carol@gmail.com
[4] UniRedentor, italo.santos@uniredentor.edu.br