



FACULDADE DE CIÊNCIAS GERENCIAIS ALVES FORTES
BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

MATHEUS BRAGA COUTO

**DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL DA DOCERIA E LANCHONETE ÁGUA NA
BOCA**

ALÉM PARAÍBA – MG

2022

MATHEUS BRAGA COUTO

**DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL DA DOCERIA E LANCHONETE ÁGUA NA
BOCA**

Bacharelado em Administração

Faculdade de Ciências Gerenciais Alves Fortes

Professor(a) orientador(a): Allan Lima Ferreira

ALÉM PARAÍBA – MG

2022

MATHEUS BRAGA COUTO

DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL DA DOCERIA E LANCHONETE ÁGUA NA BOCA

Monografia apresentada a Faculdade de Ciências Gerenciais Alves Fortes – FACE ALFOR, mantida pela Fundação Educacional de Além Paraíba – FEAP, como requisito parcial à obtenção do título em Bacharel em Administração.

Banca examinadora:

Prof. Orientador(a): Allan Lima Ferreira

Prof. Convidado(a): Nome do Prof. Convidado(a)

Prof. Convidado(a): Nome do Prof. Convidado(a)

☐ Aprovado

☐ Aprovado com restrições

☐ Reprovado

Prof. Coordenador: Allan Lima Ferreira

Além Paraíba, 15 de dezembro de 2022

Dedico este trabalho aos meus pais, Geraldo e Sandra, que sempre lutaram para que eu pudesse realizar meus sonhos, que com muito carinho me ensinaram o caminho da educação e da justiça. São meus exemplos de vitória e simplicidade na vida.

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, ao meu Deus, por me dar forças e me fazer acreditar que algo de bom sempre está por vir. Aos meus pais, Geraldo e Sandra, que sempre estiveram ao meu lado nas horas mais difíceis e felizes da minha vida. Aos meus irmãos, Rafael e Ariane, pela união que sempre tivemos quando mais era preciso. Aos meus sobrinhos, Lorena, Davi, Alice, Emanuela e Ana Laura, por me fazerem sentir um amor tão especial e pelos momentos de diversão que me fazem voltar a ser criança novamente. A minha amiga, Millene, que foi minha parceira em toda essa jornada acadêmica, com ela tudo se tornou mais descomplicado e alegre. A todos os meus professores até aqui, foi pelos ensinamentos deles que me tornei quem eu sou hoje.

EPÍGRAFE

“Posso ter defeitos, viver ansioso e ficar irritado algumas vezes, mas não esqueço que minha vida é a maior empresa do mundo. E que posso evitar que ela vá à falência.

Ser feliz é reconhecer que vale a pena viver, apesar de todos os desafios, incompreensões e períodos de crise.

Ser feliz é deixar de ser vítima dos problemas e se tornar autor da própria história.

É atravessar desertos fora de si, mas ser capaz de encontrar um oásis no recôndito da sua alma.

É agradecer a Deus a cada manhã pelo milagre da vida.

Ser feliz é não ter medo dos próprios sentimentos. É saber falar de si mesmo. É ter coragem para ouvir um “não”. É ter segurança para receber uma crítica, mesmo que injusta.

Pedras no caminho?

Guardo todas, um dia vou construir um castelo...”

(Fernando Pessoa)

RESUMO

ABSTRACT

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Mapa de localização da loja.....	14
Figura 2 - Fachada da loja	15
Figura 3 - Interior da loja pt. 1	15
Figura 4 - Interior da loja pt. 2	16
Figura 5 - Interior da loja pt. 3	16
Figura 6 - Interior da loja pt. 4	17
Figura 7 - Bolo de chocolate.....	17
Figura 8 - Bolo de aniversário 1	18
Figura 9 - Bolo de aniversário 2	18
Figura 10 - Bolos "vulcão"	19
Figura 11 - Salgados	19
Figura 13 - Relatório pt. 2: vendas do mês de outubro/2022	24
Figura 14 - Relatório pt. 2: vendas do mês de outubro/2022	25
Figura 15 - Relatório pt. 3: vendas do mês de outubro/2022	25
Figura 16 - Declaração Anual do SIMEI	28
Figura 17 - Matriz SWOT.....	29
Figura 18 - Pesquisa de satisfação: gênero	32
Figura 19 - Pesquisa de satisfação: faixa etária.....	33
Figura 20 - Pesquisa de satisfação: localização.....	34
Figura 21 - Pesquisa de satisfação: estrutura	35
Figura 22 - Pesquisa de satisfação: preços.....	36
Figura 23 - Pesquisa de satisfação: atendimento.....	37
Figura 24 - Pesquisa de satisfação: tempo de espera	38
Figura 25 - Pesquisa de satisfação: variedade de produtos.....	39
Figura 26 - Pesquisa de satisfação: formas de pagamento	40
Figura 27 - Pesquisa de satisfação: retornar ao estabelecimento	41
Figura 28 - Pesquisa de satisfação: indicar o estabelecimento.....	42

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Fornecedores da doceria	22
Tabela 2 - Produtos mais vendidos	27
Tabela 3 - Análise SWOT da doceria	30
Tabela 4 - Qual seu gênero?	32
Tabela 5 - Grau de satisfação quanto à localização	34
Tabela 6 - Grau de satisfação quanto à estrutura	35
Tabela 7 - Grau de satisfação quanto aos preços	36
Tabela 8 - Grau de satisfação quanto ao atendimento	37
Tabela 9 - Classificação quanto ao tempo de espera para ser atendido(a)	38
Tabela 10 - Grau de satisfação quanto à variedade de produtos	39
Tabela 11 - Grau de satisfação quanto às formas de pagamento	40

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	12
1.1. Objetivos	12
1.1.1. Objetivo geral.....	13
1.1.2. Objetivos específicos.....	13
1.2. Justificativa.....	13
1.3. Metodologia.....	13
2. CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA	13
3. DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL.....	20
4. ANÁLISE GERAL	21
4.1. Aspectos relevantes.....	21
4.2. Controle de vendas	23
4.3. Declaração Anual de Faturamento do MEI	27
4.4. Aplicação da Matriz SWOT (F.O.F.A.)	29
5. PESQUISA DE SATISFAÇÃO DOS CLIENTES.....	31
5.1. Qual seu gênero?.....	32
5.2. Qual sua faixa etária?	33
5.3. Grau de satisfação quanto à localização.....	34
5.4. Grau de satisfação quanto à estrutura	35
5.5. Grau de satisfação quanto aos preços.....	36
5.6. Grau de satisfação quanto ao atendimento.....	37
5.7. Classificação quanto ao tempo de espera para ser atendido(a)	38
5.8. Grau de satisfação quanto à variedade de produtos.....	39
5.9. Grau de satisfação quanto às formas de pagamento.....	40
5.10. Probabilidade, de 1 a 10, de voltar novamente ao estabelecimento	41
5.11. Probabilidade, de 1 a 10, de recomendar o estabelecimento a um amigo ou familiar	42
6. CONCLUSÃO	43
7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	44

1. INTRODUÇÃO

O mercado está em constante mudança, sobretudo pelo avanço tecnológico, o aumento da concorrência e pelas significativas alterações no comportamento dos consumidores. Portanto, saber atuar estrategicamente, mais do que nunca, é uma tarefa muito necessária para as organizações.

Todavia, ao mesmo tempo em que o ambiente facilmente muda de direção e se torna turbulento, é preciso que medidas diferentes sejam tomadas para solucionar situações e problemas que ocorrem devido ao crescimento do mercado.

Neste caso, sem autoconhecimento, apenas desenvolvendo suas atividades do dia a dia, a empresa estará fadada a enfrentar dificuldades para lidar com os novos desafios do mercado, com a concorrência agressiva e com as demais transformações que o mundo globalizado exige.

Por isso, é essencial que a empresa faça uma reflexão sobre sua condição e posicionamento atual no mercado para que tenha conhecimento dos pontos que precisa haver melhorias, da mesma forma que deve aproveitar e potencializar seus pontos fortes para se destacar ainda mais.

Desde modo, a empresa Doceria e Lanchonete Água na Boca, tem a perspectiva de aprimorar a sua estrutura para fortalecer e inovar seus processos. A partir do exposto, o diagnóstico organizacional vem de encontro ao propósito da empresa.

1.1. Objetivos

Leonel (2007, p. 175) define que “os objetivos indicam as ações que serão desenvolvidas para a resolução do problema de pesquisa. O objetivo geral é apresentado na forma de um enunciado que reúne, ao mesmo tempo, os objetivos específicos”.

Os objetivos são divididos entre o objetivo geral e os objetivos específicos, o geral sendo mais superficial e abrangente e os específicos mais acurados e precisos.

1.1.1. Objetivo geral

Segundo Lakatos e Marconi (1992), “o objetivo geral refere-se a uma visão global e abrangente do tema de pesquisa. Ele está relacionado com o conteúdo intrínseco dos fenômenos, dos eventos ou das ideias estudadas”.

O objetivo geral do presente trabalho consiste em realizar o diagnóstico organizacional da Doceria e Lanchonete Água na Boca, em Carmo/RJ.

1.1.2. Objetivos específicos

- Caracterizar o estabelecimento.
- Realizar um diagnóstico organizacional fundamentado.
- Fazer a Análise SWOT.
- Fazer uma pesquisa de satisfação com os clientes.

1.2. Justificativa

O presente trabalho justificasse por entender que, através do diagnóstico organizacional, é possível identificar a atual situação do estabelecimento em estudo e determinar quais são as ações necessárias para superar as fraquezas e ameaças, bem como aproveitar e potencializar as forças e oportunidades de seu negócio, criando diferenciais competitivos no mercado de atuação para se tornar superior aos seus concorrentes.

1.3. Metodologia

Para atingir os objetivos que se propõe o presente trabalho, serão realizadas pesquisas bibliográficas, com abordagens quantitativas e qualitativas, do tipo estudo de caso.

Os dados serão obtidos por meio de entrevista semiestruturada com o proprietário e colaboradores do estabelecimento, observação participativa, aplicação de questionário aos clientes e análise documental. A avaliação dos dados será qualitativa em relação à entrevista e a análise documental e quantitativa em relação ao questionário.

2. CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA

A empresa Doceria e Lanchonete Água na Boca, com razão social Marcelo Raposo Marques 12318293708 de CNPJ 26.751.121/0001-69, fundada em

22/12/2016, está localizada na R. Cônego Gonçalves, 62 - Centro. CEP 28640-000. Carmo/RJ. Seu capital social é de R\$ 6.000,00 (seis mil reais). O porte da empresa é MEI (Microempreendedor Individual), sua natureza jurídica é Empresário (Individual) e é optante pelo Simples Nacional. Sua atividade principal, conforme a Receita Federal, é 47.21-1-02 - Padaria e confeitaria com predominância de revenda. Suas atividades secundárias são: 56.11-2-03 - Lanchonetes, casas de chá, de sucos e similares; 47.29-6-99 - Comércio varejista de produtos alimentícios em geral ou especializado em produtos alimentícios não especificados anteriormente; 10.91-1-01 - Fabricação de produtos de panificação industrial, e por fim, 47.21-1-03 - Comércio varejista de laticínios e frios.

Figura 1 - Mapa de localização da loja



Fonte: Google Maps, 2022.

Figura 2 - Fachada da loja



Fonte: fotografia do autor, 2022.

Figura 3 - Interior da loja pt. 1



Fonte: fotografia do autor, 2022.

Figura 4 - Interior da loja pt. 2



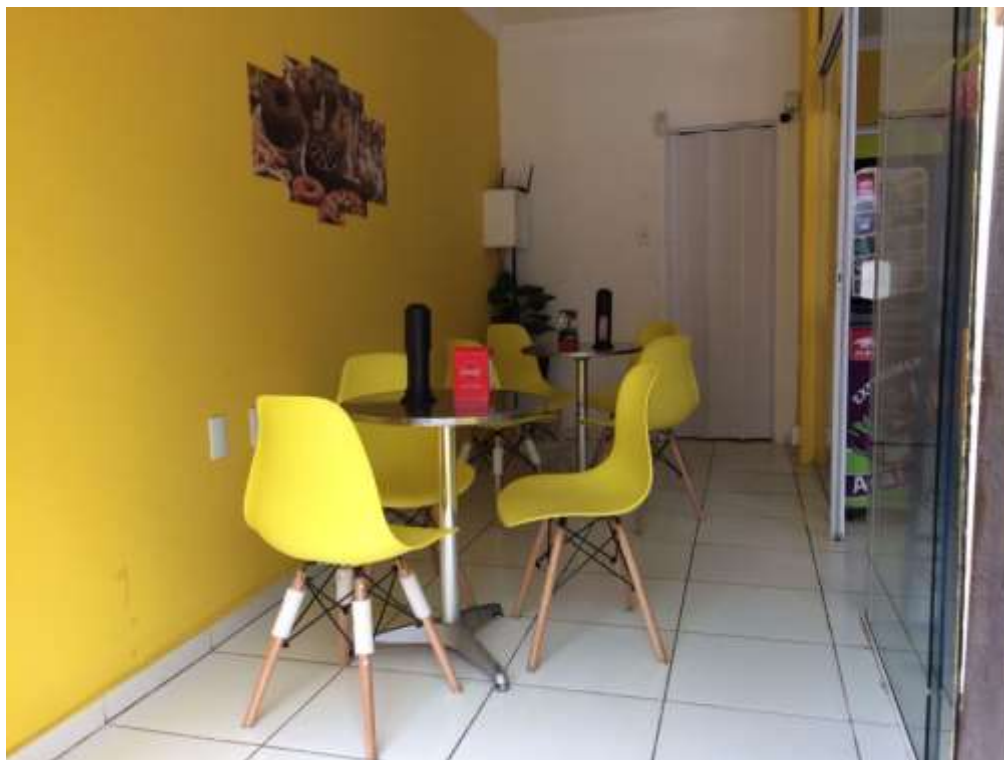
Fonte: fotografia do autor, 2022.

Figura 5 - Interior da loja pt. 3



Fonte: fotografia do autor, 2022.

Figura 6 - Interior da loja pt. 4



Fonte: fotografia do autor, 2022.

Figura 7 - Bolo de chocolate



Fonte: reprodução/Facebook

Figura 8 - Bolo de aniversário 1



Fonte: reprodução/Facebook

Figura 9 - Bolo de aniversário 2



Fonte: reprodução/Facebook

Figura 10 - Bolos "vulcão"



Fonte: reprodução/Facebook

Figura 11 - Salgados



Fonte: reprodução/Facebook

3. DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL

Também conhecido como diagnóstico empresarial, o diagnóstico organizacional é uma forma eficaz de olhar para a organização como um todo para identificar gaps entre os resultados alcançados e os desejados para que ações possam ser tomadas para atingir os objetivos.

Um diagnóstico organizacional é feito a partir de ferramentas cujos resultados dão à empresa um poderoso insight para avaliar os processos e, se necessário, implementar mudanças.

Para Petrocchi (2009, p. 118), “O diagnóstico reúne informações básicas da análise de mercado, das oportunidades e ameaças, dos 20 atrativos turísticos e dos pontos fortes e fracos do destino”.

Em conformidade a Rosa (2001, p. 5), “diagnóstico empresarial é o levantamento e análise das condições de uma empresa com a finalidade de se avaliar qual é o seu grau de saúde ou eficiência”.

Segundo Chiavenato (2006, p. 438), o diagnóstico “inclui técnicas e métodos para descrever o sistema organizacional, as relações entre seus elementos ou subsistemas e as maneiras para identificar problemas e assuntos importantes”.

Diagnóstico organizacional: da análise dos dados colhidos, passa-se a sua interpretação e diagnóstico: procura-se identificar preocupações e problemas, suas consequências, estabelecer prioridades e estabelecer os alvos e objetivos (Chiavenato, 2006, p. 438).

4. ANÁLISE GERAL

4.1. Aspectos relevantes

A Doceria e Lanchonete Água na Boca está localizada no município de Carmo no estado do Rio de Janeiro, que possui uma população estimada, segundo o IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), no ano de 2021, de 19.161 pessoas.

Seu proprietário, Marcelo Raposo Marques, é formado em Administração. Em 2016, viu a oportunidade para começar a empreender no negócio da família, já que sua mãe, Janete Raposo Marques, há quase três décadas produzia e comercializada, por meio de encomendas, bolos e tortas, de forma caseira e informal.

Portanto, toda a administração do negócio é de responsabilidade de Marcelo, enquanto a produções dos doces e salgados é de Janete.

Para iniciar o negócio, foi preciso comprar todo o mobiliário e alugar uma loja comercial no centro da cidade. O capital social próprio foi de R\$ 6.000,00 (seis mil reais).

7 anos depois, em um novo endereço, com uma estrutura física melhor e atividades na gerência mais organizadas, a Doceria e Lanchonete Água na Boca possui uma participação no mercado, em termos de vendas de determinados produtos, muito relevante no município.

O estabelecimento possui um concorrente direto no município, a saber: empresa Bar Amarelinho de CNPJ 28.613.743/0001-56 e razão social Bar e Lanchonete Esquina D Ouro LTDA, fundada em 23/01/1974, sua área de atuação, conforme informações da Receita Federal, está atrelada a atividade/CNAE principal 56.11-2-03 - Lanchonetes, casas de chá, de sucos e similares.

A Doceria e Lanchonete Água na Boca também possui correntes indiretos nos ramos de padaria e sorveterias, além de outros fabricantes caseiros de doces e salgados.

A fabricação dos doces e salgados, apesar de possuírem uma demanda considerável, é feita em escala artesanal. Toda a produção é feita em uma cozinha que fica na parte de trás do estabelecimento.

Atualmente, a doceria conta com quatro colaboradoras, contando com Janete. Duas são responsáveis por auxiliar Janete na cozinha, desempenhando atividades diversas, e uma balconista, responsável por realizar os atendimentos e vendas no estabelecimento. O proprietário, Marcelo, também desempenha a atividade de balconista em certos momentos e situações. É importante destacar que estas colaboradoras estão há muito tempo desempenhando suas atividades na doceria.

Além da fabricação de produtos próprios, a A Doceria e Lanchonete Água na Boca agrega outros itens em seu estabelecimento. Ela possui fornecedores que mantêm relação de compra desde a abertura do estabelecimento.

Tabela 1 - Fornecedores da doceria

Fornecedores
AMBEV
Bahamas Mix
CCN - Novamix Distribuidora
Coca Cola Andina
Dispropan
Distribuidora Boa Vista
Galera Distribuidora
LFNeto Distribuidora
Multipan
Nestlé
Parma Distribuidora
Pif Paf
Ramos e Veiga Comercial

Fonte: elaborado pelo autor, 2022.

O leite e os ovos, que são ingredientes perecíveis e essenciais para a fabricação dos doces e salgados, são comprados de produtores rurais do município.

Quanto ao mais, a Doceria e Lanchonete Água na Boca não possui uma estratégia de marketing digital. Suas redes sociais não são ativas, apenas com publicações de conteúdo em datas comemorativas. Elas não são atualizadas ou administração de forma assídua pelo proprietário.

Todas as atividades de Recursos Humanos, documentação e prestação de contas da Doceria e Lanchonete Água na Boca são de responsabilidade de um contador, que presta serviços ao estabelecimento.

4.2. Controle de vendas

A seguir, é possível visualizar o relatório de vendas do mês de outubro de 2022, da Doceria e Lanchonete Água na Boca, extraído de seu sistema de gestão, DigSistemas. É possível observar que consta o nome dos produtos que foram vendidos, a quantidade, seu preço unitário, o total de vendas por produto e o total de vendas geral. No mas, é discriminado as formas de pagamento: boleto bancário que, na verdade, é o lançamento de pagamentos realizados via PIX; cartão de crédito, dinheiro e à prazo.

Figura 12 - Relatório pt. 2: vendas do mês de outubro/2022

VENDAS POR MODELO / OPERADOR

Modelo: 99 - Período: 01/10/2022 a 31/10/2022

OPERADOR	FORMA PAGAMENTO	99	TOTAL		
BALCÃO	Boleto Bancário	R\$ 1.963,70	R\$ 1.963,70		
	Cartão de Crédito	R\$ 11.974,10	R\$ 11.974,10		
	Dinheiro	R\$ 32.413,50	R\$ 32.413,50		
	Prazo	R\$ 2.098,35	R\$ 2.098,35		
	TOTAL	R\$ 48.449,65	R\$ 48.449,65		
TOTAL		R\$ 48.449,65	R\$ 48.449,65		
COD.	PRODUTO	UND.	QTD.	VALOR	TOTAL
763	AÇAI DA ILHA 200 ML	UN	4,000	R\$ 9,90	R\$ 39,60
745	AGUA MINERAL 500ML COM GAS	UN	41,000	R\$ 2,50	R\$ 102,50
744	AGUA MINERAL 500ML SEM GAS	UN	154,000	R\$ 2,00	R\$ 308,00
818	AGUA TONICA SCHWEPES 350ML	UN	3,000	R\$ 4,95	R\$ 14,85
605	AMOR EM PEDACO	UN	209,000	R\$ 3,00	R\$ 627,00
832	BALA FINI GIGANTE	UN	15,000	R\$ 3,50	R\$ 52,50
797	BARRA CEREAL RITTER	UN	44,000	R\$ 2,00	R\$ 88,00
898	BARRA CHOCOLATE HERSHEY'S 20G	UN	8,000	R\$ 3,00	R\$ 24,00
884	BARRA CHOCOLATE NESTLE 90G	UN	6,000	R\$ 7,50	R\$ 45,00
887	BARRA CHOCOLATE SONHO DE VALSA	UN	13,000	R\$ 3,00	R\$ 39,00
881	BIS XTRA	UN	11,000	R\$ 4,00	R\$ 44,00
728	BISCOITO CLUB SOCIAL	UN	1,000	R\$ 4,95	R\$ 4,95
665	BISCOITO TEENS 30G	UN	7,000	R\$ 2,00	R\$ 14,00
880	BISCOITO TRAKINAS	UN	1,000	R\$ 3,50	R\$ 3,50
827	BOLO 1 KG E 1/2	UN	1,000	R\$ 225,00	R\$ 225,00
596	BOLO DE POTE / MOUSSE	UN	435,000	R\$ 6,50	R\$ 2.827,50
879	BOLO PADARIA VALDECIR	UN	9,000	R\$ 80,00	R\$ 720,00
807	BOLO PISCINA PEQUENO	UN	7,000	R\$ 20,00	R\$ 140,00
747	CHA MATTE LEAO COPO 300ML	UN	24,000	R\$ 3,50	R\$ 84,00
746	COCA COLA 2 L	UN	27,000	R\$ 9,00	R\$ 243,00
855	COCA COLA 250ML	UN	12,000	R\$ 3,00	R\$ 36,00
771	COCA COLA KS - VIDRO 290ML	UN	46,000	R\$ 4,50	R\$ 207,00
897	CONE TRUFADO	UN	1,000	R\$ 6,00	R\$ 6,00
788	COXINHA BATATA DOCE	UN	2,000	R\$ 4,00	R\$ 8,00
890	DANETE 200ML	UN	1,000	R\$ 3,00	R\$ 3,00
772	DELL VALLE FRUT UVA 450ML	UN	1,000	R\$ 4,50	R\$ 4,50
749	DELL VALLE LATA 290ML(DIVERSO SABORES)	UN	6,000	R\$ 5,00	R\$ 30,00
888	DOCE AMENDOIM PAÇOCA	UN	2,000	R\$ 1,00	R\$ 2,00
599	DOCINHO DE FESTA	UN	1.150,000	R\$ 0,65	R\$ 747,50
598	DOCINHO GRANDE UNIDADE BRIGADEIRO / BEIJINHO ETC	UN	88,000	R\$ 2,50	R\$ 220,00
840	EMBALAGEM	UN	49,000	R\$ 5,00	R\$ 245,00
584	EMPADAO	UN	402,000	R\$ 7,00	R\$ 2.814,00
586	EMPADINHA MINI	UN	744,000	R\$ 1,00	R\$ 744,00
751	ENERGETICO MONSTER	UN	2,000	R\$ 10,00	R\$ 20,00

23/11/2022 17:52:02

Extra Gerador de Relatórios - DigSistemas

Página 1 de 3

VendasModOperador-202002052103

Fonte: extraído do sistema ERP DigSistemas

Figura 13 - Relatório pt. 2: vendas do mês de outubro/2022

VENDAS POR MODELO / OPERADOR

Modelo: 99 - Período: 01/10/2022 a 31/10/2022

589	FATIA DE TORTA DOCE E BOLO	UN	239,000	R\$ 6,50	R\$ 1.553,50
896	FATIA TORTA ALEMA	UN	26,000	R\$ 7,00	R\$ 182,00
741	GATORADE 500ML	UN	3,000	R\$ 5,90	R\$ 17,70
819	GUARANA ANTARCTICA / PEPSE 2L	UN	25,000	R\$ 9,00	R\$ 225,00
869	GUARANA ANTARCTICA 1 LITRO	UN	8,000	R\$ 6,50	R\$ 52,00
878	GUARANA FRIBURGO 300ML	UN	21,000	R\$ 3,50	R\$ 73,50
769	GUARAVITA OU GUARANA LEAO COPO	UN	888,000	R\$ 2,00	R\$ 1.776,00
740	GUARAVITON ACAI 500ML	UN	24,000	R\$ 4,50	R\$ 108,00
813	H2O 500ML	UN	37,000	R\$ 5,00	R\$ 185,00
754	HALLS OU FREEGELLS	UN	27,000	R\$ 2,00	R\$ 54,00
722	HARIBO DIVERSOS	UN	19,000	R\$ 4,95	R\$ 94,05
722	HARIBO DIVERSOS	UN	9,000	R\$ 5,90	R\$ 53,10
748	ICE TEA LEAO 300ML	UN	17,000	R\$ 4,00	R\$ 68,00
808	KAPO DE VALLE	UN	19,000	R\$ 4,00	R\$ 76,00
825	MENTOS	UN	8,000	R\$ 2,50	R\$ 20,00
750	MINEIRINHO 350ML	UN	2,000	R\$ 4,50	R\$ 9,00
750	MINEIRINHO 350ML	UN	3,000	R\$ 4,90	R\$ 14,70
792	PÃO DE MEL	UN	12,000	R\$ 4,00	R\$ 48,00
601	PAVE DE BISCOITO INTEIRO	UN	1,000	R\$ 55,00	R\$ 55,00
836	PICOLE ACAI // PAÇOCA	UN	27,000	R\$ 5,90	R\$ 159,30
828	PICOLE BLACK / PETIT / NERO / COOKIES	UN	10,000	R\$ 8,50	R\$ 85,00
830	PICOLE BRIGADEIRO	UN	3,000	R\$ 5,50	R\$ 16,50
831	PICOLE CREMOSO (CHOCOLATE / MORANGO / MILHO / LEITE CONDENSADO)	UN	63,000	R\$ 3,50	R\$ 220,50
850	PICOLE DA ILHA AMORICO	UN	10,000	R\$ 4,00	R\$ 40,00
829	PICOLE SKIMO	UN	1,000	R\$ 5,00	R\$ 5,00
893	POTE BISCOITO AMANTEIGADO ITAIPAVA	UN	7,000	R\$ 19,90	R\$ 139,30
597	PUDIM DE LEITE CONDENSADO INTEIRO	UN	7,000	R\$ 30,00	R\$ 210,00
738	REFRIGERANTE E SUCO PETINHA 200ML	UN	264,000	R\$ 2,50	R\$ 660,00
816	REFRIGERANTE 1 LITRO	UN	33,000	R\$ 6,50	R\$ 214,50
737	REFRIGERANTE LATA 350ML (DIVERSOS SABORES)	UN	159,000	R\$ 4,50	R\$ 715,50
821	ROSCA PEQUENA	UN	13,000	R\$ 6,50	R\$ 84,50
854	ROSQUINHA PINGO	UN	7,000	R\$ 3,50	R\$ 24,50
583	SALGADO ASSADO	UN	632,000	R\$ 5,50	R\$ 3.476,00
587	SALGADO DE FESTA FRITO MINI	UN	1.365,000	R\$ 0,65	R\$ 887,25
588	SALGADO DE FESTA MINI ASSADO / ESPETINHO	UN	683,000	R\$ 1,00	R\$ 683,00
582	SALGADO FRITO - DIVERSOS SABORES	UN	2.126,000	R\$ 5,00	R\$ 10.630,00
789	SANDUICHE NATURAL	UN	76,000	R\$ 6,00	R\$ 456,00
883	SKINKA 450ML	UN	29,000	R\$ 4,50	R\$ 130,50
851	SNICKERS	UN	6,000	R\$ 4,00	R\$ 24,00
873	SORVETE CONNE	UN	4,000	R\$ 8,50	R\$ 34,00
761	SORVETE DA ILHA 1 LITRO	UN	3,000	R\$ 15,00	R\$ 45,00

23/11/2022 17:52:02

Extra Gerador de Relatórios - DigSistemas

Página 2 de 3

VendasModOperador-202002052103

Fonte: extraído do sistema ERP DigSistemas

Figura 14 - Relatório pt. 3: vendas do mês de outubro/2022

VENDAS POR MODELO / OPERADOR

Modelo: 99 - Período: 01/10/2022 a 31/10/2022

762	SORVETE DA ILHA 1,5 OU 1,8 LITRO	UN	4,000	R\$ 25,50	R\$ 102,00
856	SORVETE DA ILHA 200ML	UN	9,000	R\$ 4,50	R\$ 40,50
768	SORVETE SUNDAY ILHA	UN	2,000	R\$ 5,25	R\$ 10,50
773	SUCO FRUIT SHOOT 275ML	UN	11,000	R\$ 4,00	R\$ 44,00
803	TABULEIRO DE BOLO	UN	3,000	R\$ 35,00	R\$ 105,00
594	TORTA SALGADA 1KG	UN	1,000	R\$ 170,00	R\$ 170,00
591	TORTA E BOLO 1 KG	UN	15,000	R\$ 150,00	R\$ 2.250,00
590	TORTA E BOLO 1/2 KG	UN	78,000	R\$ 95,00	R\$ 7.410,00
592	TORTA E BOLO 250G	UN	37,000	R\$ 55,00	R\$ 2.035,00
593	TORTA SALGADA 1/2 KG	UN	3,000	R\$ 110,00	R\$ 330,00
817	TORTA SALGADA NO POTE	UN	107,000	R\$ 10,90	R\$ 1.166,30
889	TRENTON	UN	35,000	R\$ 3,50	R\$ 122,50
770	TRIDENT DIVERSOS SABORES	UN	29,000	R\$ 2,00	R\$ 58,00
899	TRUFA ITAIPAVA	UN	21,000	R\$ 3,00	R\$ 63,00
780	VELA ESTRELA DE PRATA REGINA FESTAS 4 UND	UN	6,000	R\$ 5,90	R\$ 35,40
804	VELA FONTANA UND	UN	5,000	R\$ 7,95	R\$ 39,75

Com as informações geradas pelo sistema é possível destacar os produtos que, no geral, são mais vendidos mensalmente. A tabela abaixo traz essa relação.

Tabela 2 - Produtos mais vendidos

Produto	Venda mensal (unidade)
Salgado frito - diversos sabores	2.126
Salgado de festa frito mini	1.365
Docinho de festa	1.150
Guaravita ou guaraná leão copo	888
Empadinha mini	744
Salgado de festa mini assado/espetinho	683
Salgado assado	632
Bolo de pote/mousse	435
Empadão	402
Refrigerante e suco petinha 200ml	264
Fatia de torta doce e bolo	239
Amor em pedaço	209
Refrigerante lata 350ml (diversos sabores)	159
Água mineral 500ml sem gás	154
Torta salgada no pote	107

Fonte: elaborado pelo autor, 2022.

É importante saber o que mais os clientes estão consumindo em sua loja. Assim, fica mais fácil planejar o estoque e a fabricação desses produtos e também entender onde investir na seleção dos produtos mais consumidos.

Vale ressaltar que, dos 15 produtos mais vendidos, 11 são de fabricação própria da Doceria e Lanchonete Água na Boca, o que demonstra o comportamento do consumidor em frequentar o estabelecimento para consumir produtos exclusivos da li.

4.3. Declaração Anual de Faturamento do MEI

Em suma, uma vez ao ano, todo microempreendedor individual com registro ativo precisa prestar contas ao governo a respeito do seu faturamento durante aquele período.

No documento abaixo é possível observar que o faturamento declarado pelo proprietário da Doceria e Lanchonete Água na boca no ano de 2021 foi de R\$ 80.000,00 (oitenta mil reais). O limite atual de faturamento MEI é de R\$ 81.000,00

(oitenta e um mil) por ano, arrecadando mais do que esse valor, é preciso solicitar o desequilíbrio e passar a atuar como Microempresa.

Figura 15 - Declaração Anual do SIMEI



Declaração Anual do SIMEI

Recibo de Entrega da Declaração Retificadora

Período abrangido pela Declaração: 01/01/2021 a 31/12/2021

1. Informações do Contribuinte

Nome Empresarial	CNPJ
MARCELO RAPOSO MARQUES 12318293708	26.751.121/0001-69
Data da Abertura	Data de Opção pelo SIMEI
22/12/2016	22/12/2016

2. Resumo da Declaração

PA	Benefício INSS	INSS	ICMS	ISS	Valor apurado	Valor Pago
01/2021	Não	55,00	1,00	-	56,00	56,00
02/2021	Não	55,00	1,00	-	56,00	56,00
03/2021	Não	55,00	1,00	-	56,00	56,00
04/2021	Não	55,00	1,00	-	56,00	56,00
05/2021	Não	55,00	1,00	-	56,00	56,00
06/2021	Não	55,00	1,00	-	56,00	56,00
07/2021	Não	55,00	1,00	-	56,00	56,00
08/2021	Não	55,00	1,00	-	56,00	56,00
09/2021	Não	55,00	1,00	-	56,00	56,00
10/2021	Não	55,00	1,00	-	56,00	56,00
11/2021	Não	55,00	1,00	-	56,00	56,00
12/2021	Não	55,00	1,00	-	56,00	56,00

3. Informações Socioeconômicas e Fiscais

Valor da receita bruta total de comércio, indústria, transportes intermunicipais e interestaduais e fornecimento de refeições	R\$ 80.000,00
Valor da receita bruta total dos serviços prestados de qualquer natureza, exceto transportes intermunicipais e interestaduais	R\$ 0,00
Receita Bruta Total	R\$ 80.000,00
Possuiu empregado durante o período abrangido pela Declaração? Não	

4. Informações da Recepção da Declaração

Data e Horário da Transmissão da Declaração
05/10/2022 01:10:56
Número do Recibo

Fonte: arquivo pessoal/Marcelo Raposo Marques

4.4. Aplicação da Matriz SWOT (F.O.F.A.)

A análise SWOT é uma ferramenta aplicada para fazer análises de cenários, com o objetivo de fazer levantamentos a fim de identificar, em caráter de comparação, as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças.

Conforme Oliveira (2015), a análise SWOT é uma das ferramentas de gestão para suporte ao planejamento estratégico. Essa sigla (SWOT) significa Strengths (forças), Weaknesses (fraquezas), Opportunities (oportunidades) e Threats (ameaças). E essa análise deve ser realizada levando em consideração: o ambiente externo à organização (oportunidades e ameaças) e o ambiente interno (pontos fortes e pontos fracos).

A seguir, modelo intuitivo da Matriz SWOT.

Figura 16 - Matriz SWOT



Fonte: Ziptime, 2022.

Através de entrevistas com o proprietário, foi elaborado a Análise SWOT da Doceria e Lanchonete Água na Boca.

Tabela 3 - Análise SWOT da doceria

Forças	Fraquezas
→ A empresa possui apenas dívidas de curto prazo; → A taxa de Turnover dos colaboradores é baixa; → Ambiente familiar; → Relacionamento longo com os fornecedores; → Ponto comercial bem localizado; → Comunidade de clientes fidelizados; → Instalações e estrutura física novas; → Amplo público alvo; → Diversas formas de pagamento; → Funcionamento em datas e horários diferenciados do comércio tradicional. → Pontualidade nas entregas de encomendas.	→ Aumentar a variedade de doces e salgados; → Mercado em expansão; → Aumento significativo no consumo de doces, salgados e alimentos prontos.
Oportunidades	Ameaças
→ Não há divulgação da empresa; → Presença fraca nas redes sociais; → Sistema de gestão insuficiente; → Proprietário com funções operacionais; → Aumento considerável na quantidade de energia elétrica consumida.	→ Aumento da inadimplência de clientes que possuem crediário; → Concorrentes indiretos nos ramos de padaria e sorveterias; → Aumento contínuo da inflação; → Implementação do hidrômetro em toda a cidade.

Fonte: elaborado pelo autor, 2022.

5. PESQUISA DE SATISFAÇÃO DOS CLIENTES

A pesquisa de satisfação realizada no presente trabalho teve como objetivo identificar o grau de satisfação dos clientes da Doceria e Lanchonete Água na Boca e a importância que estes dão aos atributos pesquisados.

Segundo Kotler (1998, p. 53), “satisfação é o sentimento de prazer ou desapontamento resultante da comparação do desempenho esperado do produto ou serviço em relação às expectativas da pessoa”.

De acordo com Hoffman e Bateson (2003, p. 332), “as próprias pesquisas de satisfação do cliente também oferecem vários benefícios compensadores. Elas constituem um meio formal de retorno do cliente para a empresa, que pode identificar problemas existentes ou em potencial”.

As pesquisas de satisfação transmitem igualmente aos clientes a mensagem de que a empresa se importa com seu bem-estar e valoriza suas informações a respeito de como está operando. Clientes satisfeitos compram mais produtos com mais frequência e é menor a possibilidade de perdê-los para concorrentes em comparação a clientes insatisfeitos ou descontentes (Hoffman e Bateson, 2003, p. 332).

As informações que foram obtidas, resultado da pesquisa de satisfação, poderão ser utilizadas de forma estratégica pelo proprietário nas tomadas de decisões, além de realizar modificações que achar necessárias.

Para uma melhor visualização e entendimento dos resultados, foram utilizados gráficos e tabelas para cada um das perguntas contidas no questionário. Foi apresentada uma análise descritiva dos dados após cada gráfico.

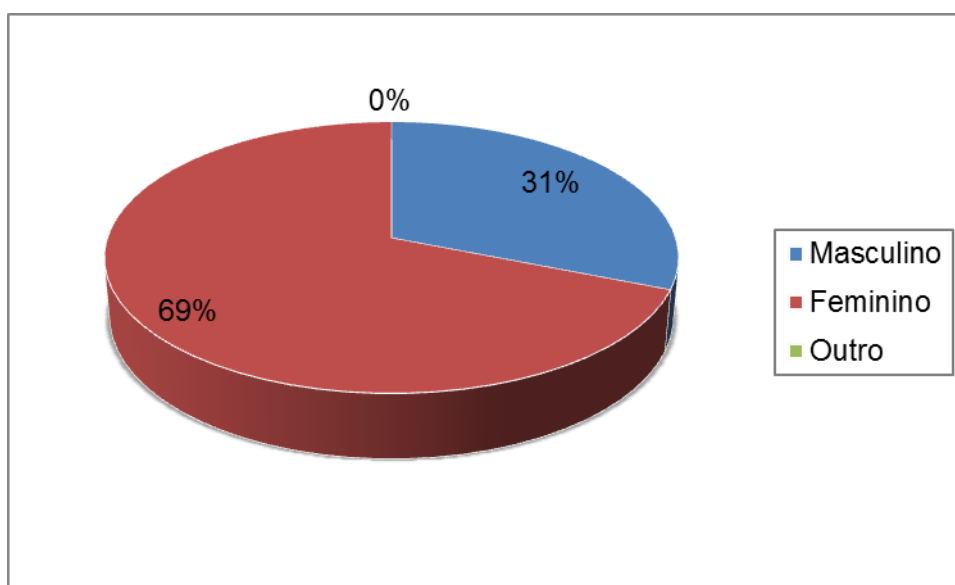
5.1. Qual seu gênero?

Tabela 4 - Qual seu gênero?

Respostas	Absoluto	Relativo
Masculino	27	31%
Feminino	60	69%
Outro	0	0%
Total de entrevistados	87	100%
Total de respondentes	87	100%
Não responderam	0	0%

Fonte: dados da pesquisa

Figura 17 - Pesquisa de satisfação: gênero

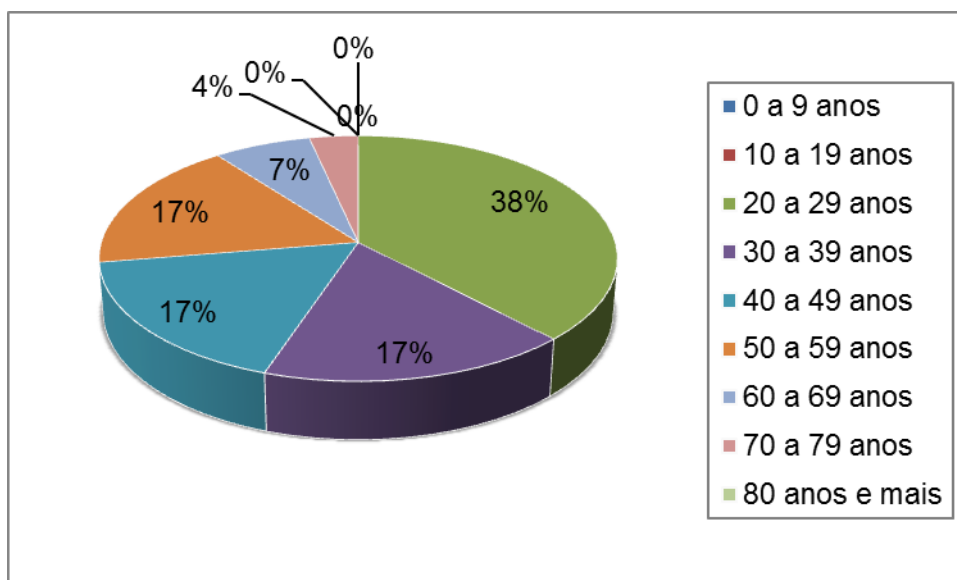


Fonte: dados da pesquisa

69% dos clientes da Doceria e Lanchonete Água na Vida são do gênero feminino. 31% são do gênero masculino.

5.2. Qual sua faixa etária?

Figura 18 - Pesquisa de satisfação: faixa etária



Fonte: dados da pesquisa

38% dos clientes da Doceria e Lanchonete Água na Boca têm de 20 a 29 anos. 17% tem de 30 a 39 anos. Mais 17% tem de 40 a 49 anos e outros 17% tem de 50 a 59 anos. 7% tem de 60 a 69 anos e 4% tem de 70 a 79 anos.

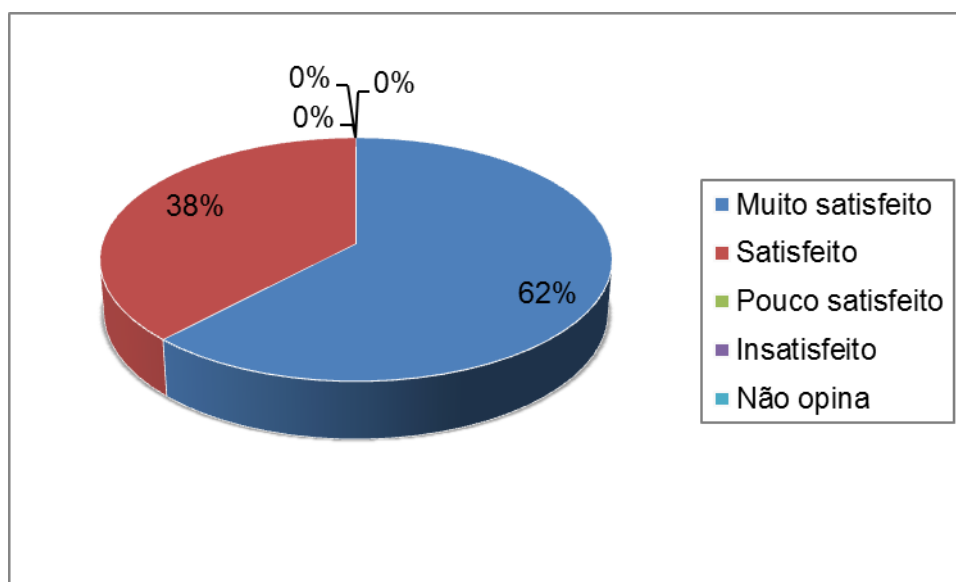
5.3. Grau de satisfação quanto à localização

Tabela 5 - Grau de satisfação quanto à localização

Respostas	Absoluto	Relativo
Muito satisfeito	54	62%
Satisfeito	33	38%
Pouco satisfeito	0	0%
Insatisfeito	0	0%
Não opina	0	0%
Total de entrevistados	87	100%
Total de respondentes	87	100%
Não responderam	0	0%

Fonte: dados da pesquisa

Figura 19 - Pesquisa de satisfação: localização



Fonte: dados da pesquisa

Dos clientes entrevistados, 100% dizem estar muito satisfeitos ou satisfeitos quanto à localização do estabelecimento, respectivamente 62% e 38%.

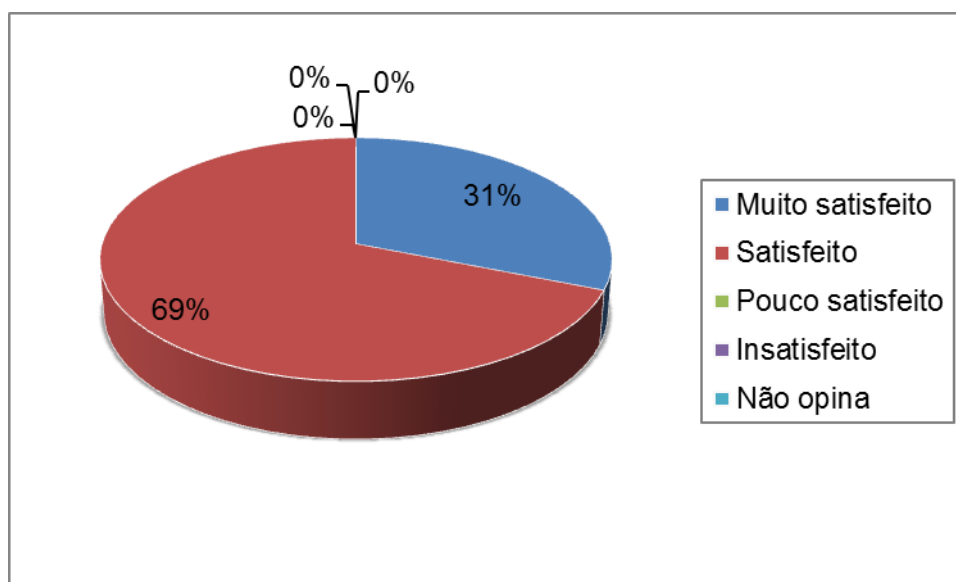
5.4. Grau de satisfação quanto à estrutura

Tabela 6 - Grau de satisfação quanto à estrutura

Respostas	Absoluto	Relativo
Muito satisfeito	27	31%
Satisfeito	60	69%
Pouco satisfeito	0	0%
Insatisfeito	0	0%
Não opina	0	0%
Total de entrevistados	87	100%
Total de respondentes	87	100%
Não responderam	0	0%

Fonte: dados da pesquisa

Figura 20 - Pesquisa de satisfação: estrutura



Fonte: dados da pesquisa

Dos clientes entrevistados, 100% dizem estar satisfeitos ou muito satisfeitos quanto à estrutura do estabelecimento, respectivamente 69% e 31%.

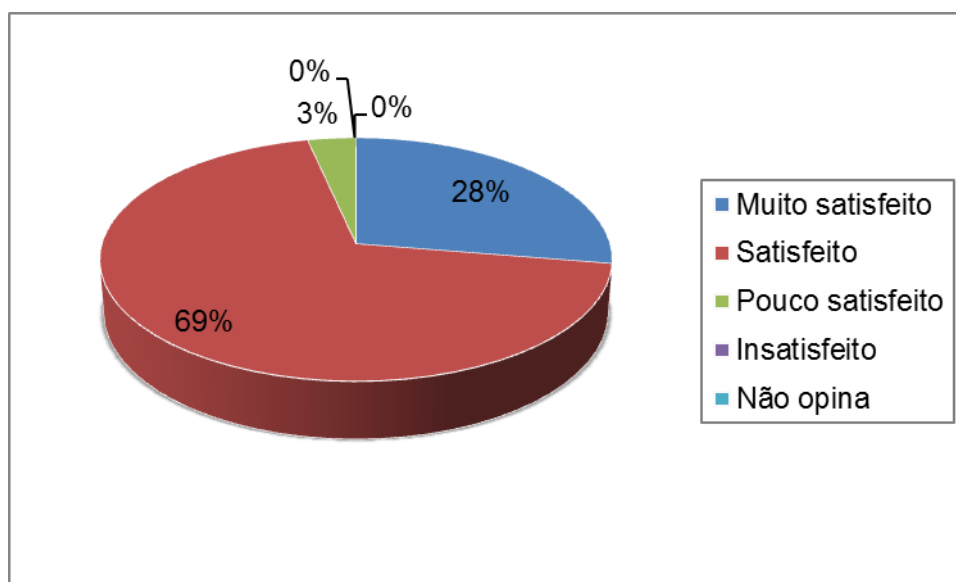
5.5. Grau de satisfação quanto aos preços

Tabela 7 - Grau de satisfação quanto aos preços

Respostas	Absoluto	Relativo
Muito satisfeito	24	28%
Satisfeito	60	69%
Pouco satisfeito	3	3%
Insatisfeito	0	0%
Não opina	0	0%
Total de entrevistados	87	100%
Total de respondentes	87	100%
Não responderam	0	0%

Fonte: dados da pesquisa

Figura 21 - Pesquisa de satisfação: preços



Fonte: dados da pesquisa

Dentre os clientes entrevistados, 69% se dizem muito satisfeitos com os preços praticados pela Doceria e Lanchonete Água na Boca, 28% se consideram satisfeitos e 3% pouco satisfeitos.

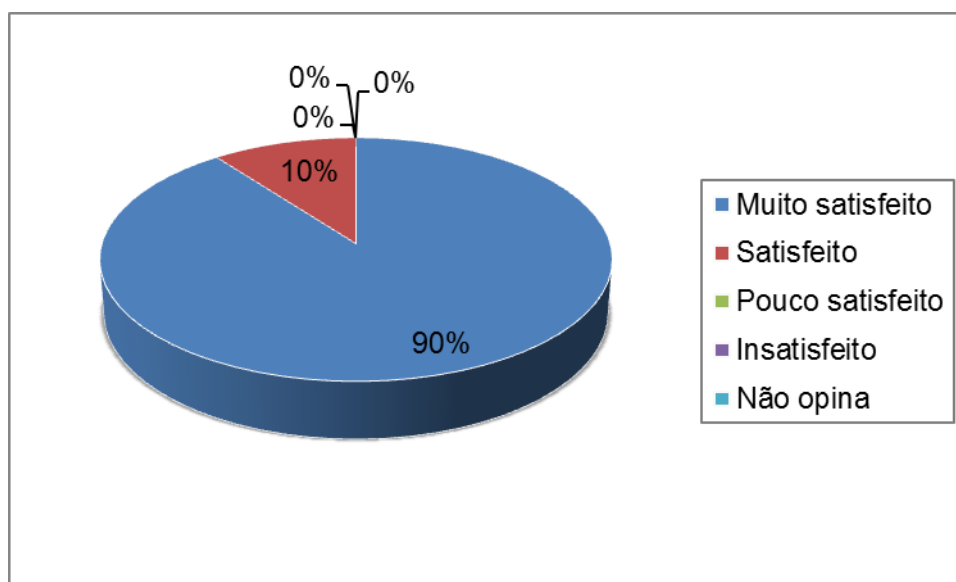
5.6. Grau de satisfação quanto ao atendimento

Tabela 8 - Grau de satisfação quanto ao atendimento

Respostas	Absoluto	Relativo
Muito satisfeito	78	90%
Satisfeito	9	10%
Pouco satisfeito	0	0%
Insatisfeito	0	0%
Não opina	0	0%
Total de entrevistados	87	100%
Total de respondentes	87	100%
Não responderam	0	0%

Fonte: dados da pesquisa

Figura 22 - Pesquisa de satisfação: atendimento



Fonte: dados da pesquisa

Dos clientes entrevistados 100% dizem estar muito satisfeitos ou satisfeitos quanto ao atendimento recebido, respectivamente 90% e 10%.

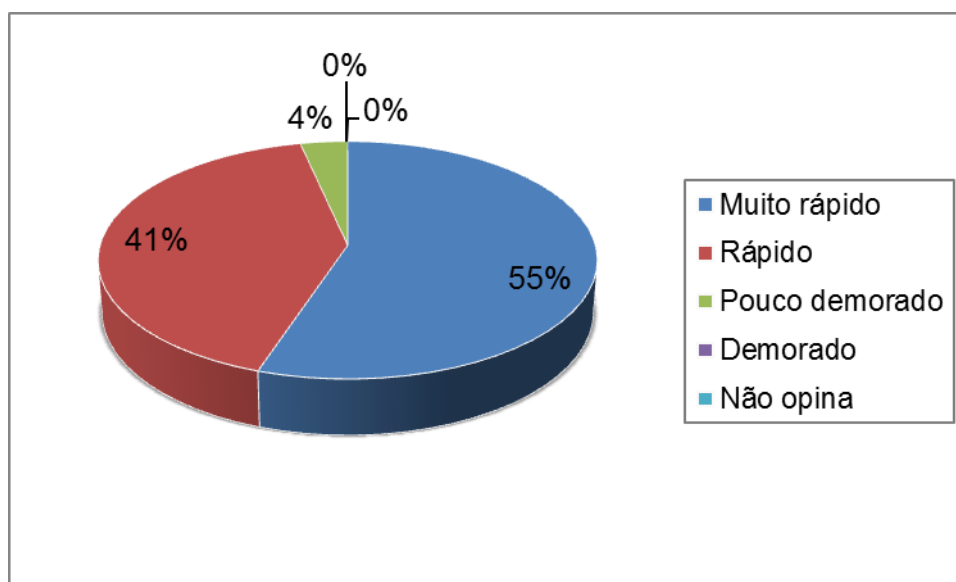
5.7. Classificação quanto ao tempo de espera para ser atendido(a)

Tabela 9 - Classificação quanto ao tempo de espera para ser atendido(a)

Respostas	Absoluto	Relativo
Muito rápido	48	55%
Rápido	36	41%
Pouco demorado	3	4%
Demorado	0	0%
Não opina	0	0%
Total de entrevistados	87	100%
Total de respondentes	87	100%
Não responderam	0	0%

Fonte: dados da pesquisa

Figura 23 - Pesquisa de satisfação: tempo de espera



Fonte: dados da pesquisa

Dentre os clientes entrevistados, 55% dizem que o atendimento acontece de forma rápida na Doceria e Lanchonete Água na Boca, 41% dizem que o atendimento é muito rápido e 4% dizem ser pouco demorado.

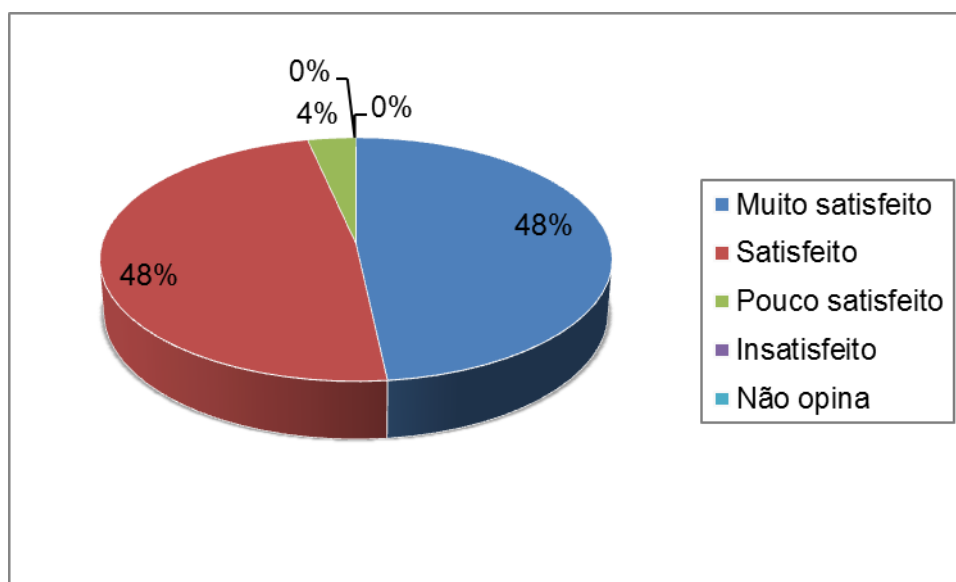
5.8. Grau de satisfação quanto à variedade de produtos

Tabela 10 - Grau de satisfação quanto à variedade de produtos

Respostas	Absoluto	Relativo
Muito satisfeito	42	48%
Satisfeito	42	48%
Pouco satisfeito	3	4%
Insatisfeito	0	0%
Não opina	0	0%
Total de entrevistados	87	100%
Total de respondentes	87	100%
Não responderam	0	0%

Fonte: dados da pesquisa

Figura 24 - Pesquisa de satisfação: variedade de produtos



Fonte: dados da pesquisa

Dentre os clientes entrevistados, 48% se dizem muito satisfeitos quanto à variedade de produtos ofertados pela Doceria e Lanchonete Água na Boca, outros 48% se dizem satisfeitos e 4% pouco satisfeitos.

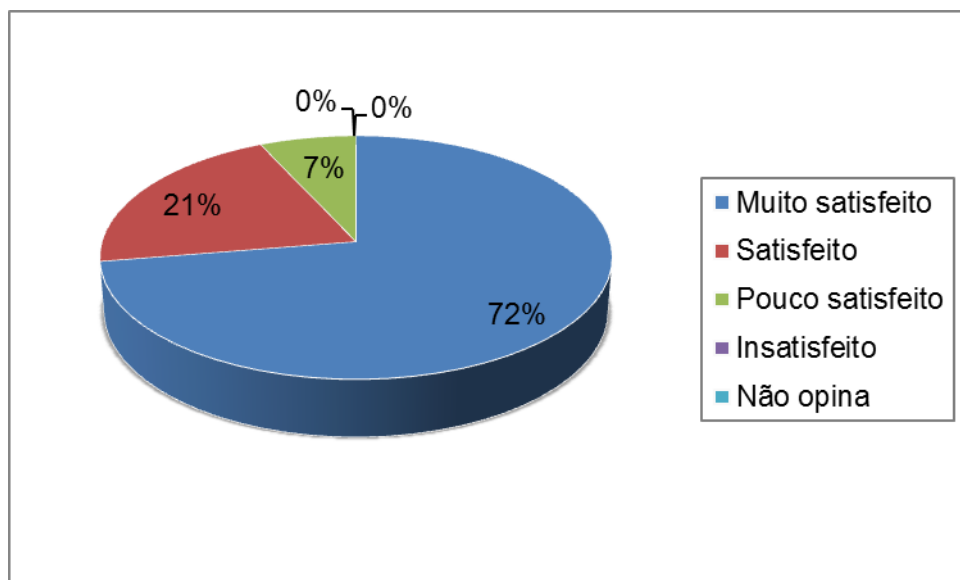
5.9. Grau de satisfação quanto às formas de pagamento

Tabela 11 - Grau de satisfação quanto às formas de pagamento

Respostas	Absoluto	Relativo
Muito satisfeito	63	72%
Satisfeito	18	21%
Pouco satisfeito	6	7%
Insatisfeito	0	0%
Não opina	0	0%
Total de entrevistados	87	100%
Total de respondentes	87	100%
Não responderam	0	0%

Fonte: dados da pesquisa

Figura 25 - Pesquisa de satisfação: formas de pagamento

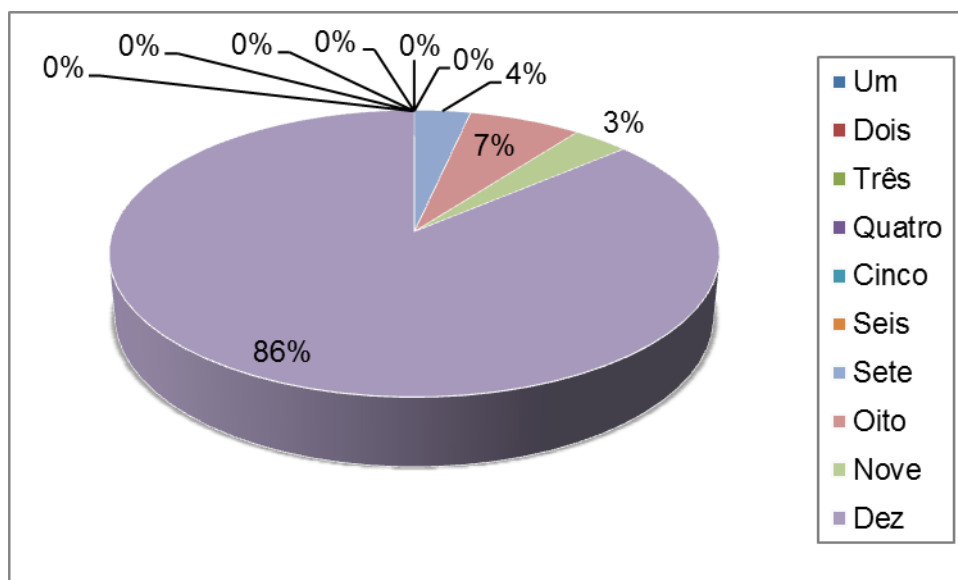


Fonte: dados da pesquisa

Dentre os entrevistados 72% estão muito satisfeitos com as formas de pagamento oferecidas pela Doceria e Lanchonete Água na Boca, 21% estão satisfeitos e 7% estão pouco satisfeitos.

5.10. Probabilidade, de 1 a 10, de voltar novamente ao estabelecimento

Figura 26 - Pesquisa de satisfação: retornar ao estabelecimento

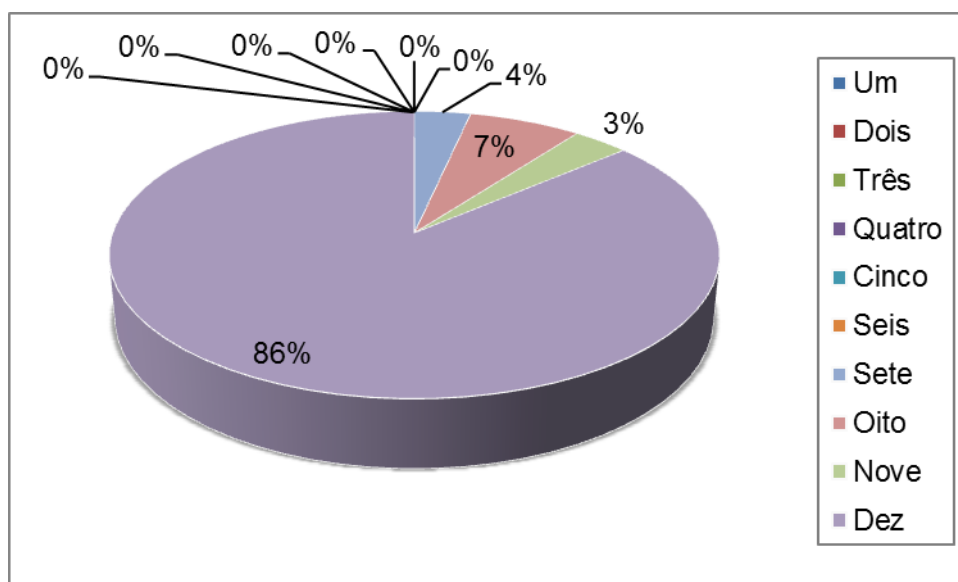


Fonte: dados da pesquisa

Dos clientes entrevistados, 89% dizem que a probabilidade de retornar ao estabelecimento é 10, 7% dizem a probabilidade é 8, para 4% a probabilidade é 7 e outros 3% dizem que a probabilidade de retornar é 9.

5.11. Probabilidade, de 1 a 10, de recomendar o estabelecimento a um amigo ou familiar

Figura 27 - Pesquisa de satisfação: indicar o estabelecimento



Fonte: dados da pesquisa

Dos clientes entrevistados, 89% dizem que a probabilidade de recomendar o estabelecimento a um amigo ou familiar é 10, 7% dizem a probabilidade é 8, para 4% a probabilidade é 7 e outros 3% dizem que a probabilidade de recomendar é 9.

6. CONCLUSÃO

Levando em conta as considerações e resultados obtidos durante o decorrer do presente trabalho, torna-se possível identificar a importância do diagnóstico organizacional para encontrar pontos positivos, pontos negativos e gargalos nos processos relacionados às atividades desenvolvidas pelo estabelecimento em estudo.

É perceptível que a Doceria e Lanchonete Água na Boca vem crescendo cada vez mais, ocupando um espaço considerável no mercado. A tradição na fabricação de doces e salgados de sua mãe, Janete, fez Marcelo conquistar um público ainda maior com a abertura de uma loja no centro da cidade de Carmo/RJ. Sua formação em Administração lhe traz uma boa carga de conhecimento para gerenciar seu negócio.

Alguns aspectos que precisam ser melhorados ou alterados são, em suma, relacionados à gestão da qualidade. Foi observado que a compra de leite e ovos são realizadas sem nenhum tipo de controle, com produtores que não possuem nenhuma garantia de qualidade. O ideal seria fechar parcerias com os produtores rurais da cooperativa agropecuária no município que possuem selo de qualidade.

A Doceria e Lanchonete Água na Boca não tem uma presença ativa na rede, por isso, é preciso criar estratégias de marketing digital para ajudar a atrair clientes e gerar vendas. É necessário entender que, gostando ou não, a internet serve como vitrine para seu negócio e no mercado atual, serve como uma poderosa ferramenta estratégica.

Através dos resultados obtidos por meio da pesquisa de satisfação, pode-se dizer que, de modo geral, os clientes estão satisfeitos com o trabalho desenvolvido pela Doceria e Lanchonete Água na Boca. Ela deve continuar desenvolvendo seu trabalho, utilizando-se dos resultados da pesquisa para atuar nos aspectos que necessitam de atenção e aperfeiçoar seus métodos para atender as expectativas dos clientes e melhorar ainda mais a satisfação.

7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CHIAVENATO, Idalberto. **Recursos humanos: o capital humano das organizações**. 8ª ed. São Paulo: Atlas, 2006.

DAYCHOUW, Merhi. **Ferramentas e técnicas de gerenciamento**. 3ª ed. Rio de Janeiro: Brasport, 2007.

DUARTE, Geraldo. **Dicionário de administração**. São Paulo: Kindle, 2011.

HOFFMAN, K. Douglas; BATESON, John E. G. **Princípios de Marketing de Serviços: conceitos, estratégias, casos**. 2º ed. São Paulo: Pioneira, 2003.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Cidades e Estados**. Disponível em <<https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/rj/carmo.html>> Acesso em: 03/11/2022.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing: análise, planejamento, implementação e controle**. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 1998.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Metodologia do trabalho científico**. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 1992.

LEONEL, Vilson. **Ciência e Pesquisa: livro didático**. 2ª ed. Palhoça: Unisul Virtual, 2007.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças. **Planejamento estratégico: conceitos metodologia e práticas**. 33ª ed. São Paulo: Atlas, 2015.

PETROCCHI, M. **Turismo: planejamento e gestão**. 2ª ed. São Paulo: Prentice Hall, 2009.

ROSA, J. A. **Roteiro para análise e diagnóstico da empresa**. São Paulo: STS, 2001.

ZIPTIME. **Análise Matriz SWOT – O que é, como fazer?** Disponível em: <<https://ziptime.com.br/analise-matriz-swot-o-que-e-como-fazer/>> Acesso em: 01/11/2022.