

## **Análise do grau de satisfação dos clientes em relação aos serviços oferecidos por um restaurante universitário**

**Valeria Moreira de Souza - UFPB**  
**Dayane Muniz de Souza - UFPB**  
**Edilma Pinto Coutinho - UFPB**

### **Resumo**

*Os Restaurantes Universitários são importantes instrumentos de assistência estudantil, que vêm apresentando frequentes reduções do orçamento, embora produzam quantidades significativas de refeições, fato que compromete a qualidade dos serviços prestados a comunidade universitária. Este trabalho teve como objetivo analisar o grau de satisfação dos clientes do Restaurante Universitário do Campus III da Universidade Federal da Paraíba. Fundamentou-se em análise quantitativa, através da aplicação de um questionário estruturado com perguntas diretas. Foram aplicados 75 questionários aos estudantes dos cursos de Bacharelado em Administração, Bacharelado em Agroindústria, Licenciatura em Ciências Agrárias, Técnico em Agropecuária e Técnico em Agroindústria. Os resultados foram apresentados através de gráficos e demonstram elevado grau de insatisfação.*

*Palavras-chave: Restaurante universitário, Satisfação dos clientes, Qualidade do serviço*

### **1. Introdução**

O Restaurante Universitário-RU é uma ferramenta muito importante na melhoria da assistência estudantil, especialmente para os alunos de baixo poder aquisitivo, que precisam encontrar os meios e os mecanismos de uma política de inclusão social para que eles possam concluir o curso com bom aproveitamento, e isto envolve uma política de restaurantes gratuitos. (POLARI, 2005)

Para Nascimento (1992), muitos restaurantes universitários brasileiros produzem significativas quantidades de refeições, mesmo não havendo condições ideais para tanto. O autor comenta que as frequentes reduções do orçamento e a falta de treinamento dos funcionários cooperam ainda mais para o detrimento da qualidade dos alimentos ali processados.

Chiattonne et al. (2003) ressaltam que para assegurar a qualidade das refeições servidas no RU se faz necessária a implementação de um sistema de controle de qualidade que atue em todas etapas do processo, desde a recepção dos alimentos até sua apresentação final, com constante aperfeiçoamento de todas pessoas envolvidas no processo.

Victória et al. (2003) descrevem que as unidades destinadas à alimentação coletiva têm como objetivo oferecer refeições que atendam critérios nutricionais e sanitários, preservando a saúde do consumidor.

A política de assistência estudantil da Universidade Federal da Paraíba - UFPB prioriza o funcionamento de três restaurantes universitários, localizados no Campus I – João Pessoa, Campus II – Areia e Campus III – Bananeiras.

O Centro de Formação de Tecnólogos - CFT compõe o Campus III da UFPB e seu Restaurante Universitário oferece alimentação gratuita para os alunos dos cursos de Bacharelado em Agroindústria, Bacharelado em Administração, Licenciatura em Ciências Agrárias e os cursos técnicos em Agroindústria e Agropecuária. O estabelecimento serve aproximadamente 1210 refeições diárias, sendo 320 cafés da manhã, 460 almoços, 430 jantares.

Visando melhorar a qualidade dos serviços prestados pelo RU, a direção do CFT programou uma reforma estrutural e organizacional, incluindo aquisição de novos equipamentos, construção cívil, contratação de uma nutricionista e treinamento dos funcionários.

Diante do citado, este trabalho teve como objetivo geral analisar o grau de satisfação do cliente em relação aos serviços prestados pelo restaurante do CFT. Seus objetivos específicos foram: avaliar a qualidade da alimentação e a higiene do estabelecimento sob a ótica dos consumidores e gerar dados que possam contribuir com a nova gestão. Convém salientar que os dados foram coletados antes da reforma citada no parágrafo anterior.

Foram aplicados questionários a 75 clientes, contendo perguntas objetivas, com a referente escala: péssimo, ruim, regular, bom, ótimo. Os resultados foram apresentados através de gráficos e indicam insatisfação em relação à higiene e à qualidade das refeições.

## **2. Gestão de serviços**

Para Nascimento (1996), o serviço pode ser definido como qualquer atividade ou benefício que uma parte possa oferecer a uma outra, que seja essencialmente intangível e que não resulte em propriedade de alguma coisa. Sua produção pode ou não estar ligada a um produto físico.

Segundo Las Casas (1994), serviços são as diversas atitudes, ações e desempenhos agregados a um bem ou não, e seu produto final é sempre um sentimento que obviamente todos procuram que ele seja satisfatório e/ou mais que satisfatório (encantador). O autor define qualidade em serviços como a capacidade de proporcionar satisfação.

Qualidade em serviços é a capacidade que uma experiência ou qualquer outro fator tenha para satisfazer uma necessidade, resolver um problema ou fornecer benefícios a alguém. A capacidade de manter os clientes é um fator essencial para os serviços, pois esta é a característica que diz se os serviços têm qualidade. Desta forma, os clientes satisfeitos divulgam os bons serviços prestados para a família e para os amigos, trazendo novos clientes. (NASCIMENTO, 1996)

## **3. Gestão de Restaurantes**

Segundo Oliveira (2003), o escopo do serviço de um restaurante está relacionado a diversos fatores, que excedem a questão da concorrência. Isso ocorre devido à situação desnivelada em que se encontra a distribuição de renda no Brasil, ou seja, antes de frequentar um estabelecimento, o consumidor faz a relação entre o preço e a qualidade, tecendo parâmetros para a sua escolha. Desta forma, para adequar-se às necessidades do cliente, o mercado de restaurantes está fragmentado em inúmeros subgrupos, os quais atendem a nichos específicos, com clientes de perfis e necessidades peculiares. Assim, o público de um estabelecimento de fast-food percebe a qualidade no preço, na rapidez do atendimento e na conformidade do pedido. Geralmente, em virtude de suas atividades, esse cliente deseja alimentar-se e sair, e a demanda pode ser impulsionada por promoções com certa facilidade. Em paralelo, observa-se uma outra parcela da população, como no caso dos clientes da

cozinha francesa, por exemplo, que têm outro tipo de comportamento e que a qualidade poderá ser medida pela sofisticação, riqueza de detalhes, atendimento personalizado, prazer de saborear, opções do menu e não pelo tempo em que o pedido chega à mesa.

Ainda segundo Oliveira (2003), estima-se que no Brasil existem 750 mil restaurantes, bares, lanchonetes, pizzarias e outros estabelecimentos operando formalmente e informalmente. Desta forma, este é um mercado bastante concorrido, portanto, além de focalizar o público a ser atendido, não se pode desconsiderar a concorrência no Brasil, um país de 160 milhões de habitantes, em que apenas 7 milhões ganham entre 5 e 10 salários mínimos. A forte disputa pelo mercado consumidor não se restringe aos estabelecimentos populares, mas abrange os restaurantes, bares e cantinas mais sofisticados, englobando todo o setor. Deste modo, é de fundamental importância a criação de diferenciais competitivos que façam com que o estabelecimento tenha o seu espaço e a possibilidade de crescimento e prosperidade, devendo ser um destes diferenciais a qualidade dos serviços por ele realizados.

Santos et. al. (2005) descrevem que um restaurante trabalha com um produto tangível (as refeições) e outro intangível (sentimentos causados pela prestação do serviço). Estes estabelecimentos devem se preocupar com as características básicas de um restaurante, como higiene, refeições e atendimento, mas também têm de buscar satisfazer o cliente nas suas necessidades diversas como um ambiente agradável, preços e informações sobre o cardápio. Para garantir a satisfação dos clientes, o setor de restaurante requer uma metodologia adequada para o monitoramento constante da qualidade percebida do serviço oferecido, sendo para isso necessário um conjunto de conhecimentos de muitos aspectos da atividade.

#### **4. Gestão de restaurantes universitários**

Segundo Nascimento (1992), em um restaurante, o produto elaborado é o alimento, cuja qualidade depende da matéria-prima utilizada, das condições do processamento e dos cuidados higiênicos.

Carvalho et al. (2003) observam que a escassez de recursos para os RU's vem provocando o sucateamento das instalações físicas e dos equipamentos, a queda na qualificação do quadro funcional e a redução da qualidade dos gêneros alimentícios adquiridos para o preparo das refeições. A consequência deste cenário nocivo para os restaurantes é o comprometimento da qualidade e produtividade dos serviços oferecidos aos usuários.

Sanchez (2005) relata uma das peculiaridades comuns aos Restaurantes Universitários: fila grande e desrespeito. Segundo o autor, dependendo do cardápio oferecido, o número de usuários pode aumentar, provocando filas extensas e, às vezes, a espera por muito tempo. "Este fato ainda é agravado, tendo em vista o comportamento de algumas pessoas que deixam seus "amigos" passarem na frente, desrespeitando, assim, os que se encontram atrás".

Carvalho et al. (2003), Santos et al. (2005) e Zimmermann et al. (2003) propõem uma metodologia de avaliação dos serviços prestados pelos restaurantes que gerem informações sobre o nível de satisfação dos clientes, os pontos fortes e fracos da empresa, e onde se deve melhorar, o que deve mudar e o que deve manter. A metodologia está fundamentada em dez atributos: localização - facilidade de estacionar e segurança; ambiente - iluminação, conforto e decoração; limpeza e higiene - funcionários, refeições e utensílios; tempo de espera; serviços dos garçons; cardápios - variedade e apresentação; qualidade dos pratos - sabor, apresentação e valor nutritivo; preços; restaurante de um modo geral e recomendabilidade. A metodologia proposta pode ser aplicada na avaliação de restaurantes universitários, desde que se realizem

adaptações, visando adequá-la à realidade dos RU's, que dependem de políticas públicas, tem uma clientela numerosa e operam com recursos limitados.

## 5. Resultados

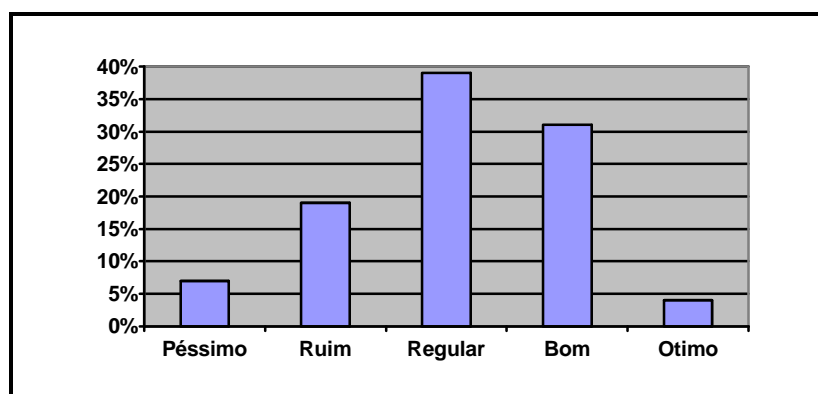
Nos Gráficos I, II, III, IV e V, pode-se observar a avaliação dos consumidores em relação a qualidade das refeições. Os atributos de qualidade analisados são sabor, aroma, aparência, quantidade e variedade.

O atributo sabor foi avaliado como Ótimo por 4% dos entrevistados, Bom 31%, Regular 39%, Ruim 19% e Péssimo 7%. A maioria dos consumidores avaliaram o sabor entre Bom e Ruim, ou seja, 89%. Convém salientar que o somatório do percentual entre Péssimo e Regular é de 65%, revelando insatisfação em relação ao sabor dos alimentos.

O atributo aroma foi avaliado como Ótimo por 2% dos entrevistados, Bom 26%, Regular 45%, Ruim 22% e Péssimo 5%. O atributo aparência foi avaliado como Ótimo por 2%, Bom 29%, Regular 39%, Ruim 21% e Péssimo 9%. O atributo quantidade foi avaliado como Ótimo por 10%, Bom 39%, Regular 28%, Ruim 14% e Péssimo 9%. O atributo variedade foi avaliado como Ótimo por 2%, Bom 12%, Regular 30%, Ruim 18% e Péssimo 38%.

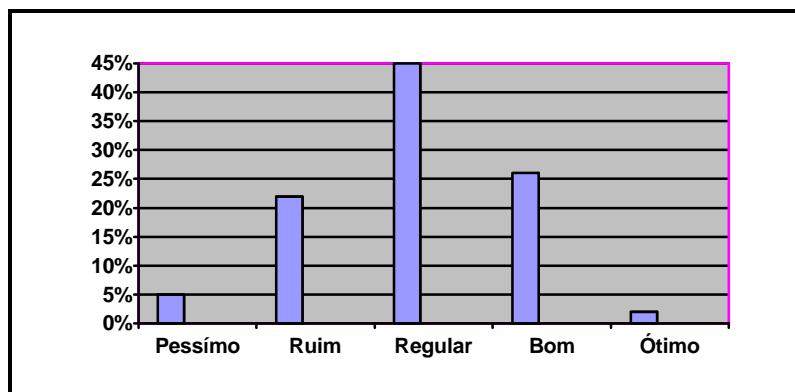
O atributo aparência teve uma avaliação equivalente entre Ótimo e Regular e Regular e Péssimo, revelando uma neutralidade na avaliação dos consumidores. O atributo quantidade foi o único que teve uma avaliação com índices positivos, 39% dos clientes avaliou como Bom e 77% entre Ótimo e Regular. Contrariamente, o atributo variedade foi o que apresentou a pior avaliação, ou seja, 38% como Péssimo.

Gráfico I – Avaliação do atributo de qualidade sabor das refeições do RU



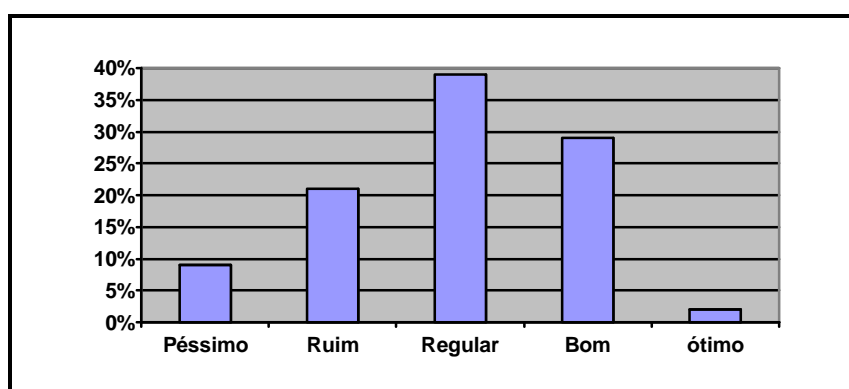
Fonte: dados de pesquisa.

Gráfico II – Avaliação do atributo de qualidade aroma das refeições do RU



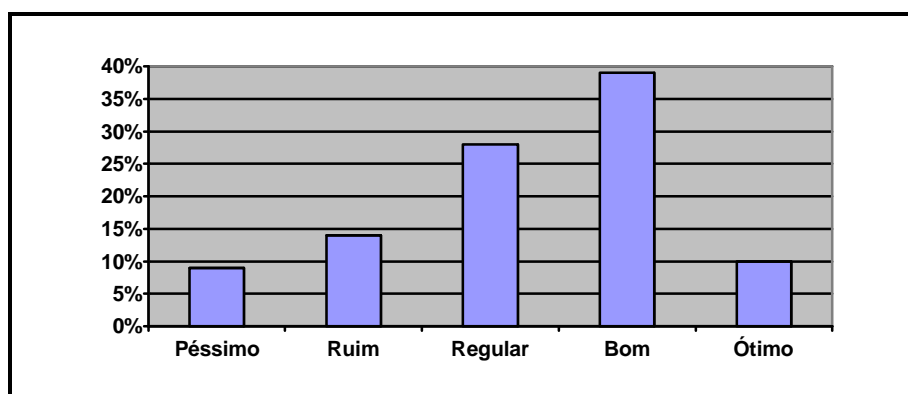
Fonte: dados de pesquisa.

Gráfico III – Avaliação do atributo de qualidade aparência das refeições do RU



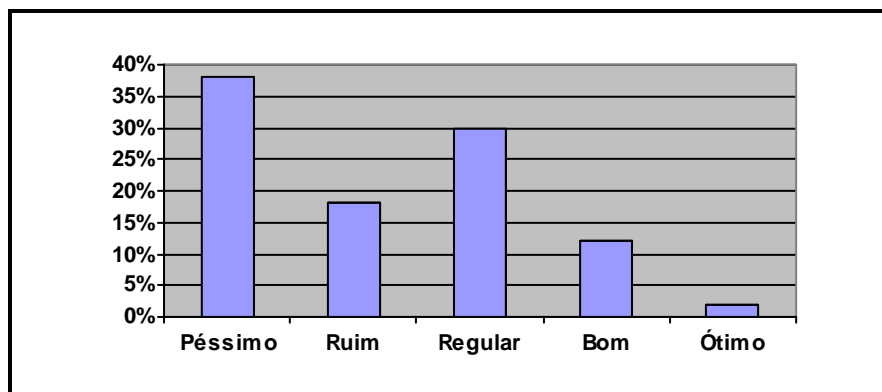
Fonte: dados de pesquisa.

Gráfico IV – Avaliação da quantidade de alimentos ofertados nas refeições do RU



Fonte: dados de pesquisa.

Gráfico V – Avaliação do atributo de qualidade variedade das refeições do RU

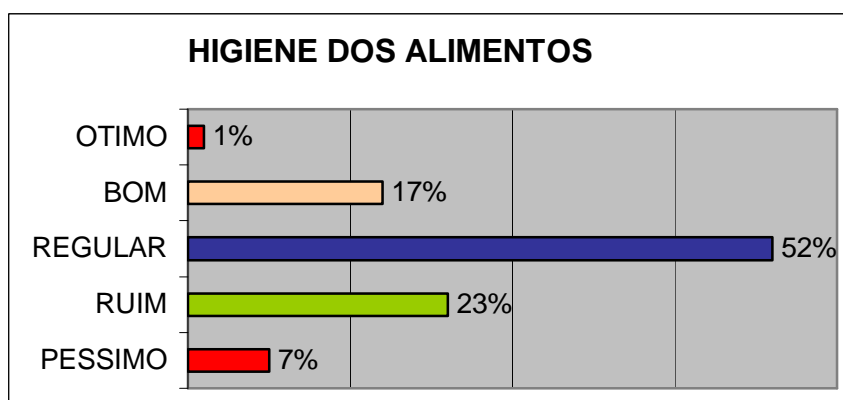


Fonte: dados de pesquisa.

Os gráficos VI, VII e VIII demonstram a avaliação da higiene do RU. A higiene dos alimentos foi avaliada como regular por 52% dos entrevistados e como ruim por 23%; a higiene dos utensílios foi avaliada como regular por 43% e ruim por 26%; a higiene dos funcionários foi avaliada como bom por 20%, regular 39% e ruim 17%.

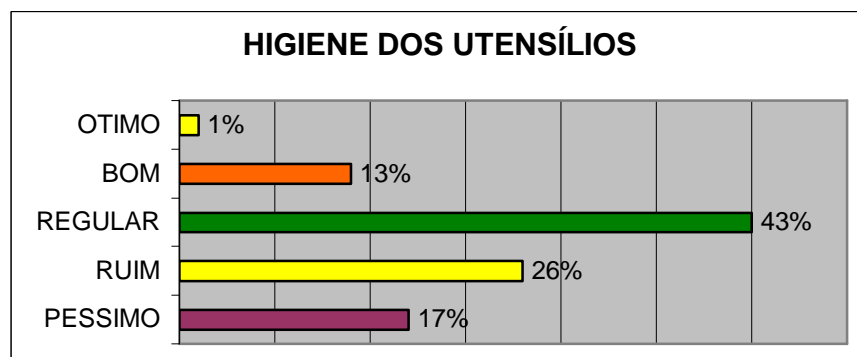
As condições higiênicas de um restaurante é um importante atributo de qualidade que apresenta vínculos com a saúde, tal fato torna o cliente mais crítico em relação a higiene do estabelecimento. Convém salientar que existe ampla legislação para regular o assunto e que a mesma procura proteger o consumidor. Ainda assim, verificou-se um elevado nível de insatisfação dos clientes do Restaurante Universitário do CFT em relação às condições de higiene dos alimentos ofertados, dos utensílios e dos funcionários.

Gráfico VI – Avaliação da higiene dos alimentos do RU pelos consumidores.



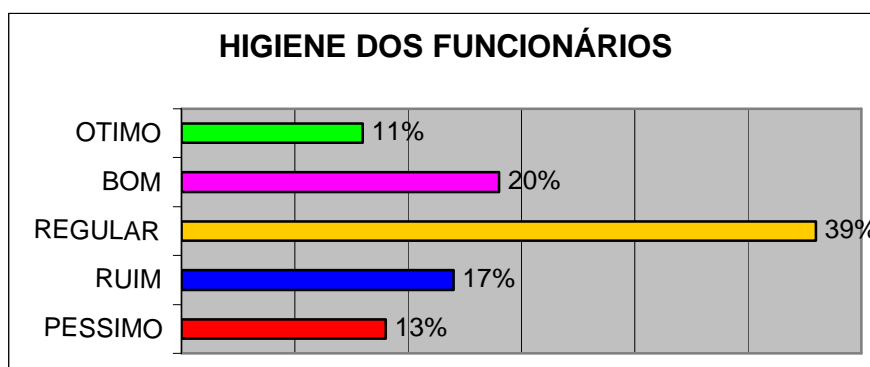
Fonte: dados de pesquisa.

Gráfico VII – Avaliação da higiene dos utensílios do RU pelos consumidores.



Fonte: dados de pesquisa.

Gráfico VIII – Avaliação da higiene dos funcionários do RU pelos consumidores.



Fonte: dados de pesquisa.

## 6. Considerações finais

A maioria dos atributos referentes à qualidade das refeições oferecidas no Restaurante Universitário do CFT apresentou uma avaliação comprometida, visto que as respostas dos clientes entrevistados classificaram entre regular e ruim. As condições higiênicas também não apresentaram boa performance, sendo percebidas como inadequadas pelos consumidores que as classificaram entre regular e ruim. Tais fatos reveram a necessidade de mudanças de caráter gerencial e operacional. A proposta é desafiadora, uma vez que desenvolver programas de qualidade no setor público requer habilidades especiais e muita vontade de implementar melhorias no serviço prestado.

Uma vez que o restaurante passou por uma reestruturação física e administrativa, recomenda-se a realização de uma nova análise, cujo objetivo seja avaliar a repercussão das ações no grau de satisfação dos clientes, gerando, assim, novos dados que possam ser utilizados pelos gestores no estabelecimento de metas e nas tomadas de decisões.

## 7. Bibliografia

CARVALHO, L. R.; AMORIM, S.F.; TAVARES, M. F. **Sistema de indicadores de qualidade como ferramenta de gestão em um restaurante universitário**: estudo de caso. In: XXIII ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO. Ouro Preto, MG. Anais...Ouro Preto: ENEGEP, 2003. (CD-ROM)

CHIATTONE, P. V.; WALLY, A.P.S.; FERRARI, C. S.; VICTORIA, M. C. M.; ZAMBIAZI, R. C. **Avaliação da qualidade dos restaurantes universitários da Universidade Federal de Pelotas**. In: XVIII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS E TECNOLOGIA DE ALIMENTOS, 2003, Porto Alegre, RS. Anais... Porto Alegre: SBCTA, 2003. (CD-ROM)

LAS CASAS, A. L. **Qualidade total em serviços**. São Paulo: Atlas. 1994

NASCIMENTO, D. **Análise de riscos e pontos críticos de controle (APPCC) de uma planta de processamento de alimentos** (restaurante universitário) Em Ouro Preto – MG. B. *CEPPA*. Vol. 10, n.2, 1992. p.170-185.

NASCIMENTO, M. S. **A gestão da qualidade em serviços**. (apostila). UFPB: Campina Grande. 1996.

OLIVEIRA, L. F.; CASTRO, M. O. A. S.; PASSAMANI, L.; BARBOSA, R. **Aceitação de cardápios e índices de rejeitos em um Restaurante Institucional**. In: XVIII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS E TECNOLOGIA DE ALIMENTOS, 2003, Porto Alegre, RS. Anais... Porto Alegre: SBCTA, 2003. (CD-ROM)

POLARI, R. Entrevista. Disponível em: <<http://www.paraiba.com>> Acesso em: 10/05/2005.

SANCHEZ, C. M.S. **Jornal Restaurante Universitário**. UNESP: Rio Claro. 1 pag. Maio/2005.

SANTOS, A. C. O.; MARTINS, H. S.; LEDOUX, P.P.; OLIVEIRA, R. M. S. **Uma metodologia de avaliação da satisfação dos clientes externos e internos para empresários no ramo de restaurante**. Disponível em: <[www.unama.br](http://www.unama.br)> Acesso em 10/05/2005.

VICTORIA, M. C. M.; FERRARI, C. S.; CHIATTONE, P. V.; SIQUEIRA, E. B.; ZAMBIAZI, R. C. **Avaliação das práticas de preparo de alimentos no Restaurante Universitário da Universidade Federal de Pelotas/RS**. In: XVIII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS E TECNOLOGIA DE ALIMENTOS. 2003, Porto Alegre, RS. Anais... Porto Alegre: SBCTA, 2003. (CD-ROM)

ZIMMERMANN, M.M.; SACCOL, A.L.F.; DANIEL, A.P.; MILANI, L.; TERRA, N.N.; FRIES, L. L. **Controle de qualidade em restaurante universitário**. In: XVIII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS E TECNOLOGIA DE ALIMENTOS, 2003, Porto Alegre, RS. Anais... Porto Alegre: SBCTA, 2003. (CD-ROM).