CAPÍTULO 4

RESTAURANTE UNIVERSITÁRIO: UMA AVALIAÇÃO DO GRAU DE SATISFAÇÃO DOS COMENSAIS

Data de aceite: 04/02/2021
Data de submissão: 18/11/2020

Catia da Silva Silveira
Universidade Federal de Pelotas, Pelotas-RS,
ID Lattes: 5055191571687846

Viviane Bonzan
Universidade Federal de Pelotas, Pelotas-RS,
ID Lattes: 1237916712189287

Daniele dos Anjos
Universidade Federal de Pelotas, Pelotas-RS,
ID Lattes: 4501819530810803

Pamela Salerno
Universidade Federal de Pelotas, Pelotas-RS,
ID Lattes: 6408869961696642

Elizabete Helbig
Universidade Federal de Pelotas, Pelotas-RS,
ID Lattes: 8112641678653374

RESUMO: Estudo com objetivo identificar o grau de satisfação dos clientes que almoçam no restaurante universitário (RU) da Universidade Federal de Pelotas em relação à apresentação e variedade das preparações ofertadas. Desenvolvido no RU da Universidade Federal de Pelotas durante 3 dias não consecutivos. A UAN o atende de segunda à sexta-feira, e a distribuição ocorre das 11 às 13 horas e 30 minutos, servindo 1500 refeições no almoço. Para a realização da pesquisa de satisfação, os comensais após a refeição foram abordados de forma aleatória e convidados à participar. Sendo que a abordagem se deu em três momentos: no início (11:15 às 12:00 horas), meio (12:00 às 12:45 horas) e fim da distribuição (12:45 às 13:30 horas). O instrumento de pesquisa, questionário autoexplicativo, identificava atributos de qualidade como a apresentação e variedade das preparações, contando com cinco escalas do grau de satisfação, variando de "Ótimo" a "Péssimo". Os resultados foram tabulados para cálculo da percentagem, utilizou-se o total da votação em função do grau de satisfação equivale a 100%. E para identificação da satisfação em função do horário da refeição (inicio, meio ou fim) cada uma das escalas do grau de satisfação teve equivalência a 100%. Os resultados apontaram que 87,23% aprovaram a apresentação das preparações, sendo que destes 18,91% (n=80) disseram estar "Ótimo" e 68,32% (n=289) indicaram como "Bom", enquanto 12,06% (n=51) acharam "Regular" e 0,71% (n=3) "Ruim"; enquanto, 75,18% estavam satisfeitos em relação a variedade das preparações, com sendo que 21,28% (n=90) acharam "Ótimo" e 53,90% (n=228), disseram estar "Bom", porém 22,46% (n=95) apontaram como "Regular", 1,89% (n=8) "Ruim" e 0,47% (n=2) "Péssimo". Os clientes do RU em sua maioria classificam como "Ótimo e Bom" a apresentação e variedade das preparações, sendo que esta percepção foi maior para os que almoçaram no início da distribuição.

PALAVRAS-CHAVE: UAN, refeições, qualidade

UNIVERSITY RESTAURANT: AN ASSESSMENT OF THE DEGREE OF SATISFACTION OF DINERS

ABSTRACT: Study with the objective of identifying the degree of satisfaction of customers who have lunch at the university restaurant (RU) of the Federal University of Pelotas in relation to the presentation and variety of the offered preparations. Developed in the RU of the Federal University of Pelotas for 3 non-consecutive days. UAN serves it from Monday to Friday, and the distribution takes place from 11 am to 1 pm and 30 minutes, serving 1500 meals for lunch. For the satisfaction survey, the diners after the meal were randomly approached and invited to participate. The approach took place in three moments: at the beginning (11:15 to 12:00 hours), middle (12:00 to 12:45 hours) and end of distribution (12:45 to 13:30 hours). The research instrument, a self-explanatory questionnaire, identified quality attributes such as the presentation and variety of the preparations, with five scales of satisfaction, ranging from “Excellent” to “Very bad”. The results were tabulated to calculate the percentage, the total vote was used depending on the degree of satisfaction is equivalent to 100%. And to identify satisfaction according to the time of the meal (beginning, middle or end), each of the scales of the degree of satisfaction was equivalent to 100,0%. The results showed that 87,23% approved the presentation of the preparations, of which 18,91% (n = 80) said it was “Great” and 68,32% (n = 289) indicated it as “Good”, while 12,06% (n = 51) found it “Regular” and 0,71% (n = 3) “Bad”; while 75,18% were satisfied with the variety of preparations, with 21.28% (n = 90) finding it “Great” and 53,90% (n = 228), saying it was “Good”, however 22,46% (n = 95) indicated it as “Regular”, 1,89% (n = 8) “Bad” and 0,47% (n = 2) “Very bad”. Most ru customers rate the presentation and variety of preparations as “Great and Good”, and this perception was greater for those who had lunch at the beginning of the distribution.
KEYWORDS: UAN, meals, quality

1 | INTRODUÇÃO

A vida moderna faz com que muitas pessoas realizem as principais refeições em unidades de alimentação e nutrição (UAN), o que naturalmente evidencia a necessidade de avaliar a qualidade dos cardápios e a satisfação dos clientes, para realizar possíveis adequações. Pois de modo geral os consumidores cada vez mais se tornam exigentes, na busca de produtos e serviços que atendam suas necessidades e melhore o custo benefício de alimentar-se fora de casa, ou seja, que ofereça maior padrão de qualidade e menor preço (ABREU,SPINELLI e PINTO, 2009). Na prática fazer uma boa refeição, não diz respeito apenas à aspectos visuais das dependências onde elas são feitas, às preparações propriamente ditas, ao atendimento, custo da refeição, nem tão pouco ao grau de satisfação, que nem sempre é explicitado de forma clara, e desta forma se torna difícil avaliá-lo (GARDIN e CRUVINEL, 2013).

Nas instituições comprometidas com a qualidade de produtos e serviços, os níveis de satisfação são uma das maiores prioridades de gestão (ARAÚJO, CHIAPETTA

e CORREIA, 2011), desta forma sugere-se que se elabore estratégias que incentivem a participação da clientela em pesquisas de satisfação, com a finalidade de melhor atender as suas necessidades (FEIL, *et al*., 2015), pois se configura como uma ferramenta essencial para o planejamento das atividades que visem a excelência de atendimento e redução de custo com o desperdícios (GHETTI, ELIAS e PACHECO, 2011). Em sendo assim, o presente estudo tem por objetivo, identificar o grau de satisfação dos clientes que almoçam no restaurante universitário da Universidade Federal de Pelotas em relação à apresentação e variedade das preparações ofertadas.

2 | MATERIAS E MÉTODOS

O estudo de caráter transversal qualitativo foi desenvolvido no restaurante universitário da Universidade Federal de Pelotas - UFPel durante 3 dias não consecutivos, de setembro a outubro de 2017.

Na UAN o atendimento é de segunda à sexta-feira, e a distribuição ocorre das 11 às 13 horas e 30 minutos, servindo 1500 refeições no almoço. Os alunos são a maior parte do público atendido, em torno de 95%; quanto aos cardápios, são planejados oito menus, a cada quatro meses. O cardápio é do tipo padrão médio, composto de arroz branco, arroz integral, feijão, 1 guarnição, 1 carne, 1 opção vegetariana, 3 tipos de saladas e frutas como sobremesa.

Para a realização da pesquisa de satisfação, os comensais após a refeição foram abordados de forma aleatória e convidados à participar, e os que aceitaram, assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa da Faculdade de Medicina da UFPel, sob o nº 2.115.547. Sendo que a abordagem se deu em três momentos: no início (11:15 às 12:00 horas), meio (12:00 às 12:45 horas) e fim da distribuição (12:45 às 13:30 horas).

O instrumento de pesquisa foi um questionário autoexplicativo desenvolvido pelos pesquisadores, identificando atributos de qualidade em relação a apresentação e variedade das preparações, contando com cinco escalas do grau de satisfação, variando de “Ótimo” a “Péssimo”. Os resultados foram obtidos a partir da tabulação e cálculo da percentagem, onde o total da votação em função do grau de satisfação equivale a 100%. E para identificação da satisfação em função do horário da refeição (inicio, meio ou fim) cada uma das escalas do grau de satisfação teve equivalência a 100%.

3 | RESULTADOS E DISCUSSÃO

A Figura 1 apresenta o percentual de comensais que responderam de acordo com o grau de satisfação quanto à apresentação das preparações e a percepção de acordo com o momento, início, meio e fim da distribuição, em que os mesmos realizaram a refeição.

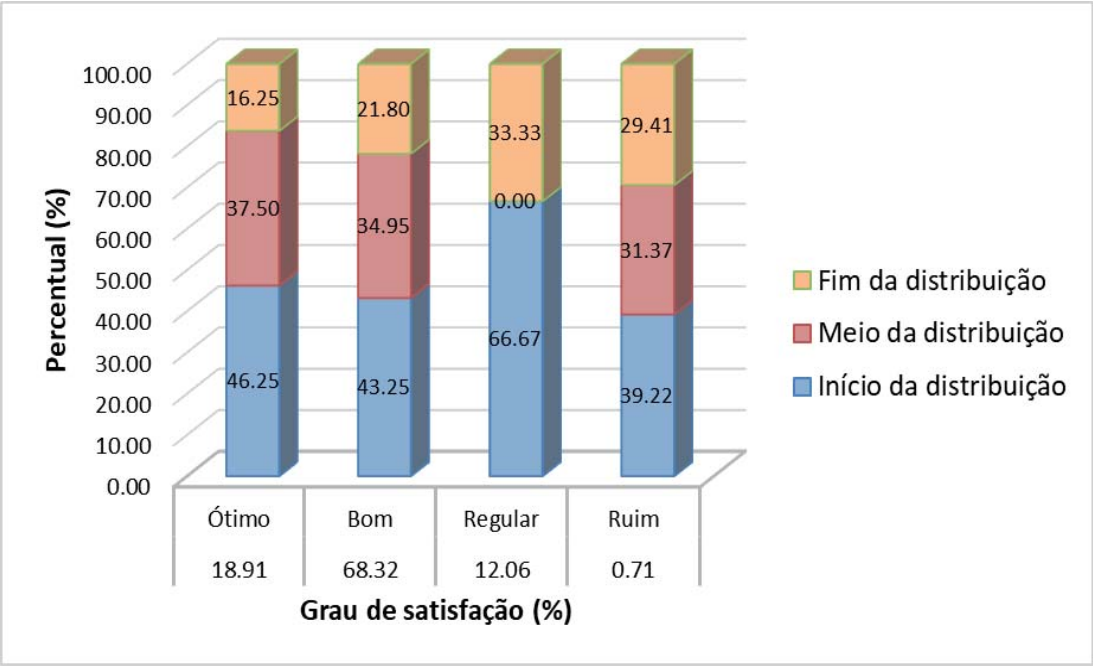

Fig. 1. Grau de satisfação em relação a apresentação das preparações e etapas de distribuição

É sabido que realizar pesquisas de satisfação periodicamente possibilita à percepção realista e atualizada do serviço de alimentação (RAMOS *et al.*, 2013); pois desta forma é possível mensurar o grau de satisfação de seus clientes, o que permite a elaboração de planos que proporcionem melhores condições de atendimento, assim como a identificação de eventuais problemas a serem resolvidos (VIANA *et al.*, 2014).

A partir desta perspectiva, se identificou que a maioria dos comensais, 87,23% aprovaram a apresentação das preparações, sendo que destes 18,91% (n=80) disseram estar “Ótimo” e 68,32% (n=289) indicaram como “Bom”, enquanto 12,06% (n=51) acharam “Regular” e 0,71% (n=3) “Ruim” (Figura 1); se contrapondo aos resultados observados por Cavalcante, Antonio e Baratto (2017), que em estudo realizado em restaurante universitário, observaram quando do questionamento sobre a aparência dos alimentos (apresentação das preparações), em função das escalas do grau de satisfação variando de “Ótimo” à “Ruim”, respectivamente 6%; 37,132%; 46,70% e 10,17%. Desta forma o presente estudo, quando comparado ao citado, indica uma percepção mais positiva quanto à apresentação das refeições.

Ainda observou-se em relação a apresentação das preparações, independente do grau de satisfação, “ótimo ou bom”, que mais de 40% dos comensais, respectivamente, 46,25% (n=37) e 43,25% (n=125) (Figura 1), que almoçaram no início da distribuição sentiram-se satisfeitos quanto a este aspecto. Em contrapartida, embora somente 12,06% (n=51) tenham indicado como “Regular”, é neste grupo que se encontra o maior percentual, 31,37% (n=16) de comensais que almoçaram no final da distribuição e que, por conseguinte, observaram maior inadequação quanto à apresentação das preparações. Dos que responderam que a apresentação das preparações foi “Ruim”, 0,71% (n=3), verifica-se

que tanto os que almoçaram no início ou final do período de distribuição, não tiveram uma boa impressão quanto a este aspecto, o que denota uma insatisfação que independe do momento, ao longo da distribuição, em que a refeição foi feita.

No caso das observações de "Regular à Ruim", os resultados podem indicar aspectos relacionados à logística das ações desenvolvidas na UAN, a exemplo de cubas com excesso de alimentos, elevado tempo de exposição das preparações, armazenamento incorreto na fase pós-preparo e reposição sem processo de reaquecimento, citados por Oliveira *et al.* (2012) como interferentes na manutenção da temperatura; mas que podem estar relacionados também com a percepção negativa quanto a apresentação das preparações. Consideração corroborada pelos achados de Corrêa *et al*. (2006), que referem ser importante que as preparações com má aparência sejam substituídas ao longo do período de distribuição.

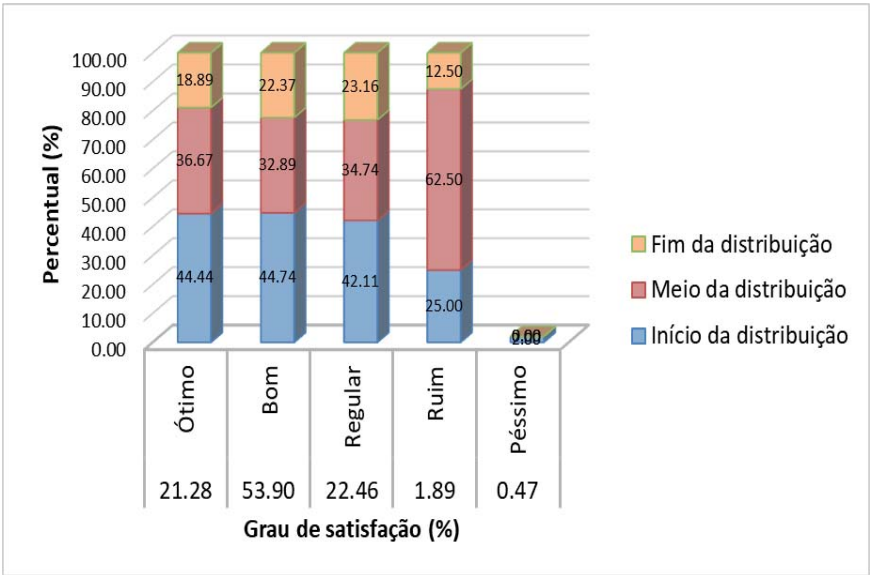

Fig. 2. Grau de satisfação em relação a variedade das preparações e etapas de distribuição

No que tange a variedade das preparações, verificou-se que 75,18% indicaram estar satisfeitos em maior grau, sendo que 21,28% (n=90) acharam "Ótimo" e 53,90% (n=228), disseram estar "Bom", porém 22,46% (n=95) apontaram como "Regular", 1,89% (n=8) "Ruim" e 0,47% (n=2) "Péssimo" (Figura 2). Estes resultados, estão em discordância dos achados de Cavalcante, Antonio e Baratto (2017), que encontraram de acordo com a escala de 5 pontos do grau de satisfação, "Ótimo" à "Ruim", valores respectivos de 0,59%; 20,95%; 39,52% e 34,73%. É importante salientar que os resultados encontrados no presente estudo, reafirmam a importância de contar com a atuação do nutricionista, profissional essencial à garantia da qualidade de uma alimentação ofertada à clientela (VALENTE, TEIXEIRA e BARBOSA, 2013; pois diante da coleta de informações complementares essenciais, a pesquisa de satisfação permite a melhoria dos serviços e produtos oferecidos pela UAN

(BARRETO, 2018).

Além do observado, quanto a variedade das preparações, ressalta-se que o percentual indicativo de grau de satisfação “Ótimo à Regular”, foi superior a 40%, dos comensais que na devida ordem de, 44,44% (n=40), 44,74% (n=102) e 42,11% (n=40) (Figura 2), almoçaram no início da distribuição. Por outro lado, dos que responderam que a variedade das preparações estava “Ruim”, 1,89% (n=8), a maioria manifestou grau de insatisfação no início e meio da distribuição, enquanto os que responderam “Péssimo”, 0,47% (n=2), indicaram a insatisfação no início da distribuição.

Deste modo para a variedade das preparações, identifica-se que o grau de satisfação dos comensais está conforme, e que esta percepção foi principalmente dentre aqueles que almoçaram no início da distribuição, pois dentre os que fizeram a refeição no final, a noção mais negativa pode ter sido em função de fatores como: utensílios inadequados ou pratos grandes que podem levar os clientes a se servirem de quantidades que não vão consumir e a falta de opção de porções menores, aspectos indicados por Ferigollo Busato (2018) como fatores de desperdício; mas que também podem ser considerados fatores que podem levar a falta de opção de determinadas preparações para os que almoçam no meio ou final da distribuição.

4 | CONCLUSÕES

De modo geral verifica-se que os clientes do restaurante universitário, em sua maioria classificam como “Ótimo e Bom” a apresentação e variedade das preparações, sendo que esta percepção foi maior para os que almoçaram no início da distribuição.

REFERÊNCIAS

ABREU, E.S.; SPINELLI, M.G.N.; PINTO, A.M.S. **Gestão de unidades de alimentação e nutrição: um modo de fazer**. São Paulo. 3 ed. Metha, 2009. 342p.

ARAÚJO, A.C.; CHIAPETTA, D.M.; CORREIA, R. **Satisfação de clientes em relação ao serviço de nutrição de um restaurante.** Nutrire: Rev. Soc. Bras. de Alim. e Nutr., São Paulo, v. 36, n. Suplemento 11° Congresso Nacional da SBAN, 98-98, 2011.

BARRETO, B. **Satisfação da clientela de um serviço de alimentação institucional do Eusébio-CE: uma análise de produtos e serviços**. Revinter, 11, 1, 26-32, fev., 2018.

CAVALCANTE, J.M.; ANTONIO, K.L.S.; BARATTO, I**. Pesquisa de satisfação em um restaurante universitário no sudoeste do Paraná-PR**. **RBONE**, São Paulo. Supl.2,11,68, 661-666, jan.-dez., 2017.

CORRÊA, T.A.F.; SOARES, F.B.S.; ALMEIDA, F.Q.A**. Índice de resto-ingestão antes e durante a campanha contra o desperdício, em uma Unidade de Alimentação e Nutrição**. Rev. Hig. Aliment., São Paulo, 21,140, 64-73, 2006.

FEIL, C.C.; ADAMI, F.S.; BOSCO, S.M.; FASSINA, P. **Pesquisa de satisfação dos comensais de uma Unidade de Alimentação e Nutrição**. Rev. Uningá, Lajeado, 43. 1, 32-35, mar. 2015.

FERIGOLLO, M. C.; BUSATO, M. A. **Desperdício de alimentos em unidades de alimentação e nutrição: uma revisão integrativa da literatura**. HOLOS, Ano 34, 1, 2018.

GARDIN, E.T.O.; CRUVINEL, E.B.S. **Avaliação da satisfação dos clientes do Restaurante Universitário (RU) do campus Londrina da Universidade Tecnológica Federal do Paraná**. 2013. 36f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Tecnologia em Alimentos) - Curso de Tecnologia de Alimentos, Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Londrina. 2014.

GHETTI, F.F.; ELIAS, M.A.R.; PACHECO, D.M. **Análise dos indicadores de qualidade de uma unidade hospitalar de produção de refeições**. Nutrire: Revista Sociedade Brasileira de Alimentação e Nutrição, São Paulo, v.36, n. Suplemento 11° Congresso Nacional da Sociedade Brasileira de Alimentação e Nutrição, 102-102, 2011.

OLIVEIRA, L.C.; FLORES, R. R.; AMORIM, M. M. A.; FERREIRA, C. C.; AMARAL,D. A. **Avaliação das temperaturas das preparações dos restaurantes *self service* do hipercentro de Belo Horizonte-MG**.HU Rev., Juiz de Fora, 38, 2, 45-51, abr.-jun., 2012.

RAMOS, S.A.; SOUZA, F.F.R.; FERNANDES, G.C.B.; XAVIER, S.K.P. **Avaliação qualitativa do cardápio e pesquisa de satisfação em uma unidade de alimentação e nutrição**. Rev. Alim. e Nutr., 24, 1, 29-35, jan.-mar, 2013.

VALENTE, M. A. S.; TEIXEIRA, G. C.; BARBOSA, M. C. A. **Perfil dos colaboradores de uma empresa de alimentação e nutrição de belo horizonte**. Nutrire: Rev. Soc. Bras. de Alimentação e Nutrição, São Paulo, v. 38, n. Suplemento 12° Congresso Nacional da SBAN, 459-0, 2013.

VIANA, C.O. R.; MORAES, R.R.; VIANNA, K.J.; TAVARES, P.S.; NEVES, L.M. **Marketing de relacionamento: análise do nível de satisfação do cliente-consumidor da empresa puro sabor**. Rev. de Adm. e Cont., 1, 2, 2014.