



## **AVALIAÇÃO DA SATISFAÇÃO DE CLIENTES EM RELAÇÃO AO SERVIÇO DE NUTRIÇÃO DE UMA UNIDADE DE ALIMENTAÇÃO E NUTRIÇÃO DA CIDADE DE PELOTAS, RS**

**MELLER, Fernanda de Oliveira<sup>1</sup>; NUNES, Natasha de Souza<sup>1</sup>; SANTOS, Leonardo Pozza dos<sup>1</sup>; SCHÄFER, Antônio Augusto<sup>1</sup>; LEAL, Cynthia Munhoz dos Anjos<sup>2</sup>.**

*<sup>1</sup>Graduando- Faculdade de Nutrição; <sup>2</sup> Nutricionista- Faculdade de Nutrição/UFPel  
Campus Universitário – Caixa Postal 354 – CEP 96010-900 – fe\_meller@hotmail.com*

### **1 INTRODUÇÃO**

A Unidade de Alimentação e Nutrição (U.A.N.) é considerada como uma unidade de trabalho ou área de apoio, que desempenha atividades relacionadas à alimentação e nutrição, independente da situação que ocupa na escala hierárquica da entidade, seja no nível de divisão, seção ou setor (TEIXEIRA et al., 2000). Tem por objetivo o fornecimento de uma refeição equilibrada visando auxiliar o desenvolvimento de hábitos alimentares saudáveis, a satisfação do comensal no que diz respeito ao serviço fornecido englobando desde o ambiente físico, incluindo tipo, conveniência e condições de higiene de instalações e equipamentos disponíveis, até o contato do pessoal entre operadores da U.A.N. e os comensais (PROENÇA, 1999).

Costa (2000) acredita que o atendimento é um serviço com diferente significado de cliente para cliente, sendo a qualidade dos serviços o grande desafio hoje para as empresas.

Atualmente as empresas procuram cada vez mais encantar seus clientes, através do atendimento de suas necessidades. Essa atitude, que teve início nos anos 90, vem sendo adotada em todos os setores na obtenção do sucesso (MATOS, 2000).

A Pesquisa de satisfação de clientes é um sistema de administração de informações que continuamente capta a voz do cliente, através da avaliação da performance da empresa a partir do ponto do mesmo. Este tipo de pesquisa mede a qualidade externa ou performance da empresa em seus negócios, indicando caminhos para as decisões futuras de comercialização e marketing.

Há, também, vários outros benefícios proporcionados pela pesquisa de satisfação de clientes: percepção mais positiva dos clientes quanto à empresa; informações precisas e atualizadas quanto às necessidades dos clientes; relações de lealdade com os clientes, baseadas em ações corretivas; e confiança desenvolvida em função de maior aproximação com o cliente.

As informações sobre os níveis de satisfação dos clientes constituem uma das maiores prioridades de gestão nas empresas comprometidas com qualidade de

seus produtos e serviços e, por conseguinte, com os resultados alcançados junto a seus clientes. (ROSSI; SLONGO, 1998)

Diante do exposto acima, fica claro a importância de avaliar o nível de satisfação da clientela de uma U.A.N. com o intuito de medir a qualidade dos serviços oferecidos. O presente trabalho teve como objetivo analisar o grau de satisfação dos comensais do restaurante de uma empresa de serviços de alimentação em um Hipermercado da cidade de Pelotas, RS, através da construção de um instrumento de pesquisa.

## 2 METODOLOGIA

A pesquisa foi realizada durante o mês de maio de 2009, no Restaurante de uma Empresa de Serviços de Alimentação, localizado em um Hipermercado da cidade de Pelotas, Rio Grande do Sul.

A população do estudo foi composta por 149 funcionários do hipermercado que freqüentavam o restaurante, estes mantinham, em média, uma faixa etária de 30 anos.

Para realização deste estudo, aplicou-se um questionário, composto por 2 itens, sendo eles: refeitório e cardápio, cada item foi subdividido, totalizando 7 questões. Foram selecionadas as pessoas que consomem o almoço e o jantar, que são servidos no horário das 11:00 às 14:00 horas e das 17:00 horas às 20:00 horas respectivamente. Os entrevistados deviam assinalar uma das opções de resposta do questionário referente a cada item (muito satisfeito, satisfeito ou insatisfeito).

O questionário aplicado abordou questões objetivas referentes à satisfação dos usuários desta U.A.N., quanto ao refeitório.

Para a análise dos dados foi utilizado o programa SPSS versão 13.0.

## 3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

A seguir estão apresentados os resultados referentes ao refeitório (higiene, iluminação e ventilação) e ao cardápio (variedade, temperatura, quantidade e opções oferecidas).

Na Figura 1 estão distribuídos dados a respeito da higiene, iluminação e ventilação do refeitório.

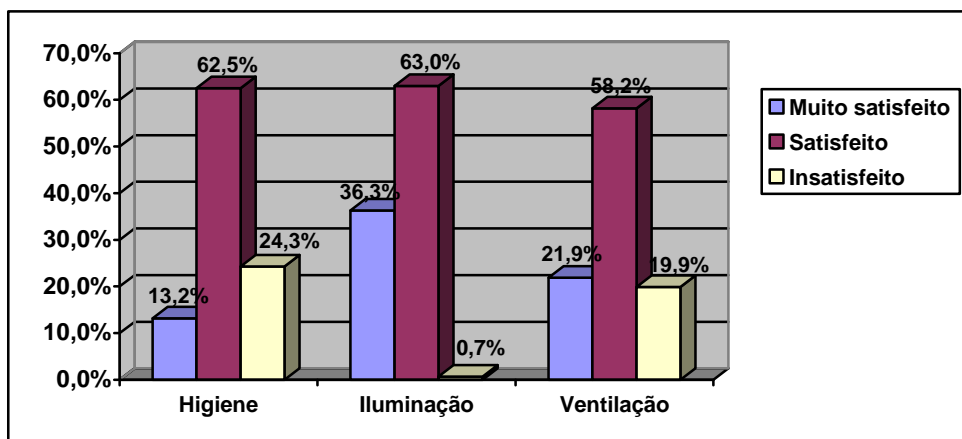
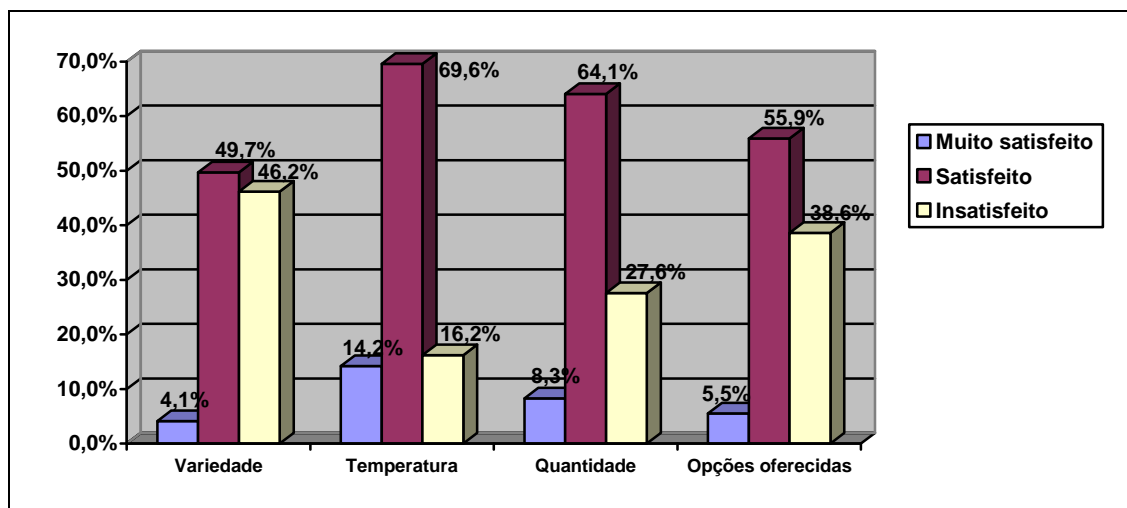


Figura 1. Condições do refeitório da Unidade de Alimentação e Nutrição – G.R. S/A.

No gráfico 1, pode-se observar que 62,5% encontram-se satisfeitos em relação à higiene do restaurante. Quanto à iluminação, 63,0% dos comensais mostraram-se satisfeitos. A respeito da ventilação do restaurante, 58,2% dos clientes consideram-se satisfeitos.

Na Figura 2, estão apresentados resultados referentes à variedade, temperatura, quantidade e opções oferecidas do cardápio.



**Figura 2.** Aspectos do cardápio oferecido pela Unidade de Alimentação e Nutrição – G.R. S/A.

Pode-se notar no gráfico 2 que 49,7% dos comensais classificaram o item variedade como satisfeito, em contrapartida, 46,2%, como insatisfeito. Em relação à temperatura, a maioria dos indivíduos (69,6%) classificou como satisfeito. Quanto à quantidade, o valor encontrado foi de 64,1% e quanto às opções oferecidas foi encontrado 55,9% de satisfação e 38,6% de insatisfação.

Dalmargo et al. (2006), em seu estudo, encontrou que 89% dos usuários apresentam-se satisfeitos em relação à ambientação, estrutura física, higienização e cardápios oferecidos pelo restaurante industrial. O alto grau de satisfação pode ter ocorrido devido à comparação que o estudo faz entre as condições do restaurante anterior e posteriormente à realização da reforma.

As pesquisas de grau de satisfação de usuários de serviços estão sujeitas a freqüentes críticas devido ao seu aspecto subjetivo. A satisfação vai depender de uma série de aspectos relacionados com o grau de expectativa e exigência do indivíduo em relação ao atendimento. As características individuais, como gênero, idade, classe social e estado psicológico também influenciam o nível de satisfação do indivíduo (SITZIA; WOOD, 1997). Segundo Williams (1994), avaliação positiva e avaliação crítica são abordagens diferentes e a avaliação positiva, em alguns casos, pode expressar ausência de opinião e/ou a aceitação do paternalismo.

#### 4 CONCLUSÃO

Constatou-se que o local avaliado possui bons índices de aceitação e satisfação por parte dos clientes que freqüentam o restaurante. O trabalho realizado proporcionou informações sobre as condições gerais do refeitório e também referentes a diversos aspectos do cardápio fornecido nesta U.A.N., as quais poderão

aprimorar as atividades do serviço, bem como melhorar ainda mais a satisfação por parte das pessoas que utilizam o serviço desta unidade.

## 5 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

COSTA, J.I.P. **Atendimento: pressuposto do marketing de relacionamento**. Tese Doutorado em Engenharia de Produção. Programa de Pós-graduação em Engenharia de Produção, Florianópolis, UFSC, 2000.

DALMARGO, J.C.; MARTINS, A.H.; LIMA, M.M.F.O. **A interferência dos aspectos físicos e ambientação de um restaurante industrial em relação à satisfação dos usuários**. Trabalho de Conclusão de Curso. Faculdade Assis Gurgacz, Cascavel, 2006.

MATOS, C.L. **Avaliação e análise do desempenho dos processos de serviços, numa agência bancária, sob a ótica de seus clientes e funcionários da linha de frente**. Tese Doutorado em Engenharia de Produção. Programa de Pós graduação em Engenharia de Produção, Florianópolis, UFSC, 2000.

PROENÇA, R.P.C. Inovações Tecnológicas na Produção de Refeições: Conceitos e Aplicações Básicas. **Revista Higiene Alimentar**, v.13, n.63, p.24-30, 1999.

ROSSI, C.A.V.; SLONGO, L.A. Pesquisa de Satisfação de Clientes: o Estado-da-Arte e Proposição de um Método Brasileiro. **RAC**, v.2, n.1, p.101-125, 1998.

SITZIA, J.; WOOD, N. Patient satisfaction: A review of issues and concepts. **Social Science and Medicine**, v.45, n.12, p.1829-1843, 1997.

TEIXEIRA, S.M.F.G. et al. **Administração aplicada às unidades de alimentação e nutrição**. São Paulo: Atheneu, 2000. 232p.

WILLIAMS, B. Patient satisfaction: a valid concept? **Social Science and Medicine**, v.38, n.4, p.509-516, 1994.