

AVALIAÇÃO DA SATISFAÇÃO DOS COMENSAIS EM UMA UNIDADE DE ALIMENTAÇÃO E NUTRIÇÃO (UAN)

REIS, Simone Farías Antúnez¹, GRANADA, Grazielle Guimarães²

¹ Graduanda – Faculdade de Nutrição – UFPel; ² Professor – Faculdade de Nutrição – UFPel.
simonefarias86@yahoo.com.br

1 INTRODUÇÃO

A administração de uma Unidade de Alimentação e Nutrição (UAN) deve estar atenta a detalhes que irão definir metas para a melhora na produção de uma alimentação equilibrada e saudável para grupos de comensais (TEIXEIRA et. al, 2000). Desta forma é visto que os comensais são os melhores avaliadores do desempenho da empresa. Assim utilizar ferramentas de avaliação, como pesquisas de satisfação, é uma forma de conhecer o ponto de vista do cliente a cerca do trabalho realizado. A pesquisa de satisfação de clientes é um sistema de administração de informações que continuamente capta a voz dos mesmos, através da avaliação do desempenho da empresa a partir do ponto de vista do cliente.

Há, também, vários outros benefícios proporcionados pela pesquisa de satisfação: percepção mais positiva dos clientes quanto à empresa; informações precisas e atualizadas quanto às suas necessidades; relações de lealdade com os clientes, baseadas em ações corretivas; e confiança desenvolvida em função de maior aproximação com estes (ROSSI, et. al; 1998).

O processo de uma pesquisa de satisfação tem quatro etapas: o reconhecimento dos pontos a serem pesquisados, o planejamento da mesma, a execução ou aplicação e a comunicação ou publicação dos resultados (MATTAR, 2000).

Anderson (1995) em sua pesquisa concluiu que manter um cliente custa cinco vezes menos que conquistar um novo, levando isto em consideração, perceber o que estes têm a dizer é o caminho a seguir. Neste contexto, de acordo com Souza (2004) a satisfação do cliente passou a representar um importante trabalho para as empresas. A finalidade é promover a qualidade sendo capaz de avaliar a satisfação do cliente após o uso do produto ou serviço.

No atual contexto do mundo, a satisfação do cliente passou a representar um importante trabalho para as empresas. A finalidade é promover a qualidade sendo capaz de avaliar a satisfação do cliente após o uso do produto ou serviço (SOUZA, 2004).

O objetivo deste estudo foi avaliar a satisfação dos comensais em uma Unidade de Alimentação e Nutrição na cidade de Pelotas-RS, quanto ao produto e os serviços oferecidos.

2 MATERIAS E MÉTODOS

A pesquisa foi realizada nos dias 15, 16 e 17 de Maio de 2012, em uma UAN localizada na cidade de Pelotas, Rio Grande do Sul.

A população avaliada foi de trabalhadores de uma empresa contratante de serviço de produção de refeições. Como ferramenta foi utilizado um questionário autoaplicável dividido em três categorias: cardápio (aparência, sabor e variedade) aceitação das preparações e equipe (asseio, higiene e atendimento) formando um total de 14 questões. Responderam a pesquisa os funcionários que frequentaram a unidade durante a distribuição do almoço e do jantar. Os participantes deveriam assinalar uma única alternativa para cada pergunta: muito bom, bom, ruim e muito ruim. Para a realização das análises os resultados foram divididos em negativos (muito ruim e ruim) e positivos (bom e muito bom) sendo considerado aceitável um percentual igual ou maior a 80% de avaliações positivas como predisposto em contrato entre as empresas.

Após o preenchimento do questionário, o mesmo foi colocado em envelope selado na presença de representantes da UAN e da contratante, e reaberto para avaliação na presença dos mesmos.

3 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Participaram da pesquisa 320 funcionários da empresa, representando 90% da população alvo.

A Fig. 1 tem representados os resultados referentes à aceitação do cardápio. Onde foi observado que para os quesitos aparência, variedade e sabor, 92%, 59% e 78% dos comensais demonstraram-se satisfeitos nas respectivas categorias.

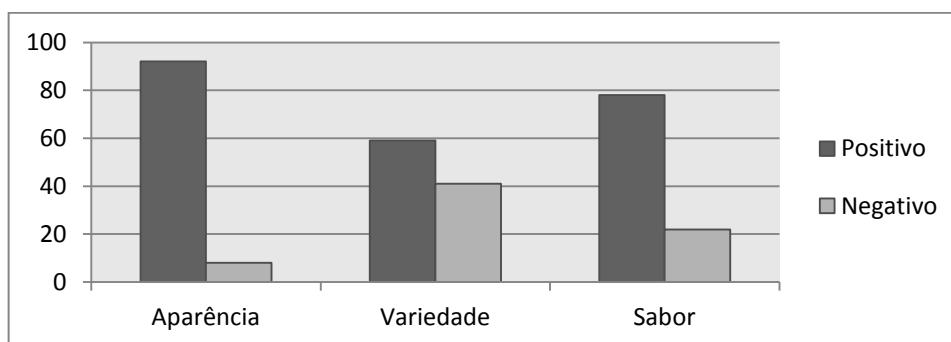


Figura 1 Resultados da aceitação do cardápio oferecido em UAN da cidade de Pelotas - RS

A Fig. 2 apresenta a aceitação dos comensais quanto às preparações. A avaliação sobre o arroz, feijão, saladas, carnes, guarnições, sobremesa foram em geral positivas, alcançando 74%, 76%, 77%, 62%, 80%, 63% e 66% de críticas favoráveis respectivamente. O tempero, porém teve prevalência de avaliações negativas, 75% dos entrevistados opinaram que este é ruim ou muito ruim.

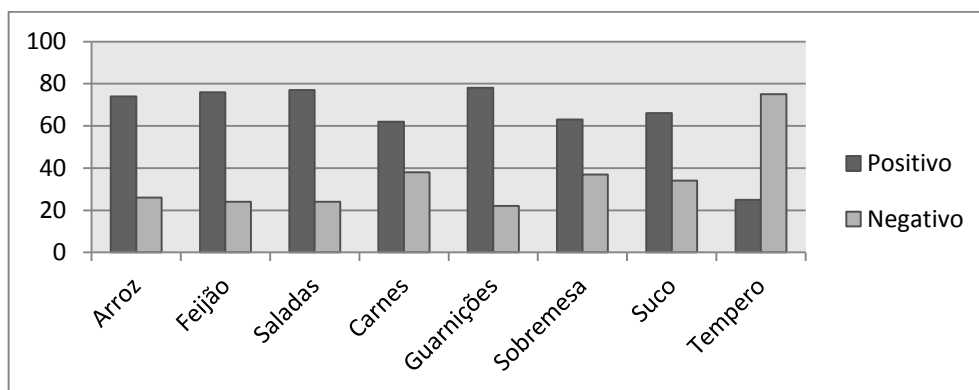


Figura 2 Resultados da aceitação dos diferentes pratos servidos em UAN da cidade de Pelotas - RS

Na Fig. 3 são apresentados os resultados referentes à equipe de trabalho que incluem asseio pessoal, higiene das instalações e atendimento ao cliente. Observa-se que os resultados positivos foram prevalentes com 92% de aceitação para o asseio, 83% para a limpeza e 94% de atendimento.

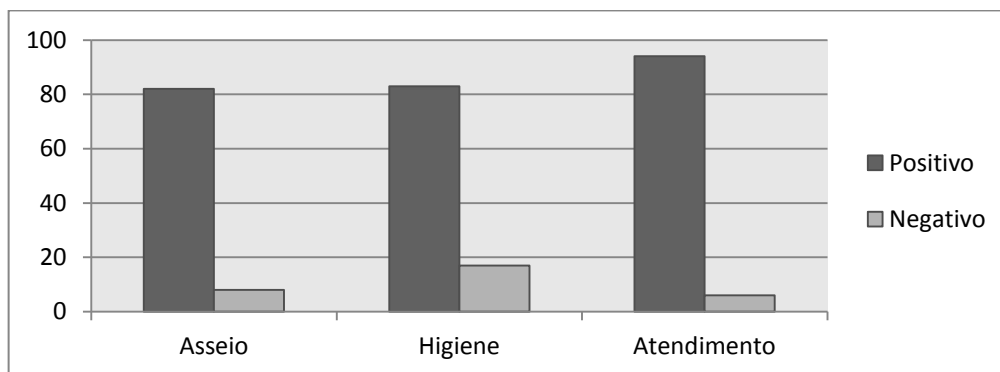


Figura 3 Resultados da avaliação da equipe de funcionários de uma UAN da cidade de Pelotas - RS

De acordo com o contrato que rege a ligação comercial entre UAN e contratante, o esperado é um total de 80% de resultados positivos em cada quesito avaliado na pesquisa. No cardápio apenas a aparência alcançou ou percentual esperado. Na aceitação nenhum dos itens avaliados encontra-se dentro do estabelecido. Entretanto, quanto a equipe de trabalho todos os itens ficaram acima dos 80% idealizados.

Com relação a aceitação dos diferentes pratos servidos, os itens que ficaram com os maiores percentuais de resultados negativos foram: tempero, carnes e sobremesas, com 75%, 38% e 37% de rejeição respectivamente.

Dalmargo et al. (2006), encontraram em seu estudo 89% de comensais satisfeitos em relação ao cardápio da UAN. A satisfação depende de inúmeros

aspectos relacionados ao grau de expectativa do indivíduo em relação ao serviço. Segundo Sitzia e Wood (1997), algumas características individuais como gênero, idade, classe social e estado psicológico influenciam o nível de satisfação do indivíduo. Já Williams (1994) afirma que a avaliação positiva pode ser um efeito da falta de opinião ou paternalismo.

4 CONCLUSÃO

Constatou-se que em geral a unidade possui bons índices de aceitação, porém quando considerado o objetivo a ser alcançado muito há a ser melhorado. Estes resultados devem servir de base para melhorar o serviço oferecido e conseguir atingir a satisfação dos clientes.

5 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ANDERSON, K.; ZEMKE, R. **Fornecendo um super serviço ao cliente**. Rio de Janeiro: Corpus, 1995, 138p.
- 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 Gurgacs, Cascavel, 2006.
- MATTAR, F.N. **Pesquisa de marketing**. São Paulo: Atlas, 2000, 275p.
- ROSSI, C.A.V.; SLONGO, L.A. **Pesquisa de satisfação de clientes: o estado da arte e proposição de um método brasileiro**. Revista administração contemporânea, vol.2 no.1, Curitiba Jan./Apr. 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.
- SOUZA, J.M. de. **Análise da satisfação dos clientes em relação aos produtos oferecidos por uma loja de departamentos da cidade Pelotas**. Trabalho de conclusão de curso. Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, 2004.
- TEIXEIRA, S.M.F.G.; OLIVEIRA, Z.M.C.; REGO J.C.; BISCONTINI, T.M.B. **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.