

OUVIDORIA EM CANTINA UNIVERSITÁRIA: RELATO DE EXPERIÊNCIA

Maria Fernanda Lopes F. da Silveira¹; Vitoria Kirinus Danski¹; Matheus Darós da Silva¹; Patrícia Arruda Scheffer²; Ana Gabriela de Freitas Saccò³; Ana Lucia de Freitas Saccò⁴

RESUMO

As informações sobre os níveis de satisfação dos clientes constituem uma ferramenta de gestão nas empresas comprometidas com qualidade dos produtos e serviços e, por conseguinte, com os resultados alcançados junto a seus clientes. O presente estudo objetivou avaliar a satisfação dos usuários de uma Cantina Universitária de Santa Maria (RS). Utilizou-se e questionários impressos e formulários *online*. Participaram da pesquisa discentes, docentes, residentes, funcionários e visitantes da universidade durante o mês de dezembro de 2022. Os resultados indicaram que, em geral, os usuários estão satisfeitos com a cantina, especialmente com a qualidade no atendimento, higiene do local, horário de funcionamento, espaço físico, sabor, qualidade e diversidade dos produtos. No entanto, foram identificados pontos a serem melhorados, como a oferta de produtos integrais e o preço dos produtos. Dessa forma, pode-se concluir que avaliar a satisfação dos clientes é essencial para aprimorar continuamente os serviços de uma unidade de alimentação e nutrição (UAN).

Palavras-chave: Alimentação coletiva; Qualidade de produtos para o consumidor; Serviços de alimentação.

ABSTRACT

Information about customer satisfaction levels constitutes a management tool in companies committed to the quality of products and services and, therefore, with the results achieved with their customers. The present study aimed to evaluate the satisfaction of users of a University Canteen in Santa Maria (RS). Printed questionnaires and online forms were used. Students, teachers, residents, employees, and visitors of the university participated in the survey during the month of December 2022. The results indicated that, in general, users are satisfied with the canteen, especially with the quality of service, cleanliness, opening hours, physical space, taste, quality, and diversity of products. However, points to be improved were identified, such as the availability of whole products and the price of products. Therefore, it can be concluded that evaluating customer satisfaction is essential to continuously improve the services of a Food and Nutrition Unit (FNU).

Keywords: Collective feeding; Product quality for the consumer; Food services.

¹ Acadêmicos. Curso de Nutrição. Universidade Franciscana (UFN). m.fernanda@ufn.edu.br , vitoria.kirinus@ufn.edu.br, daros.matheus@ufn.edu.br

² Doutoranda. Programa de Pós-Graduação em Ciências e Tecnologia de Alimentos na Universidade Federal de Santa Maria. patricia.scheffer@ufn.edu.br

³ Colaboradora. Professora da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). ana.saccò@uflm.br

⁴ Orientadora. Professora do Curso de Nutrição e do Mestrado em Ciências da Saúde e da Vida. Universidade Franciscana. Coordenadora do Grupo de Pesquisa em Segurança Alimentar e Nutricional (GESAN/CNPq). alsaccò@prof.ufn.edu.br



1. INTRODUÇÃO

A nutrição desempenha um papel crucial na rotina diária das pessoas. Nos últimos anos, houve um aumento significativo no consumo de refeições fora de casa, o que impulsionou o crescimento de estabelecimentos que oferecem refeições prontas, incluindo as Unidades de Alimentação e Nutrição (UAN) (VALENTE; TEIXEIRA; BARBOSA, 2013).

Uma Unidade de Alimentação e Nutrição tem como objetivo garantir a satisfação do comensal em relação ao serviço oferecido. Isso inclui desde o ambiente físico, a conveniência e as condições de higiene das instalações e equipamentos disponíveis, até a interação pessoal entre os operadores da UAN e os comensais em diferentes momentos (PROENÇA, 1997).

Avaliar os níveis de satisfação dos clientes é uma das principais prioridades de gestão em empresas comprometidas com a qualidade de seus produtos e serviços, uma vez que isso afeta diretamente os resultados obtidos junto aos clientes (ROSSI; SLONGO, 1998). Para corroborar com esses achados, a revisão da literatura feita por Silva *et al.* (2023). Constatou que, o sucesso de pequenos negócios na atualidade é resultante da qualidade e excelência no atendimento, na capacidade de escutar o cliente, buscando sua satisfação.

Oferecer produtos e serviços de alta qualidade, ao longo prazo reduzem os custos e administraram melhor os prazos. A ausência de qualidade gera despesas como, desperdícios de produtos, reclamações, devolução de pratos, retrabalho, entre outros. Portanto, a qualidade é essencial para a sobrevivência dos serviços, conforme De Abreu (2019).

Para isso, a capacidade da organização estabelecer e consolidar o relacionamento com seus clientes, pode ser apontada como um diferencial de efetividade organizacional. São muitos os mecanismos e instrumentos utilizados pelas empresas para aproximar-se de seus clientes, conhecer suas necessidades e opiniões sobre a organização. Um desses mecanismos, considerado, real, moderno e mais democrático é a Ouvidoria (NACFUR, 2007).

A importância de avaliar o nível de satisfação dos clientes de uma UAN é evidente a partir do exposto acima, com o propósito de mensurar a qualidade dos serviços prestados. Quando trata-se de um serviços de alimentação comercial, dentro de uma organização, esta importância é fortalecida, pois os clientes normalmente são fixos, reforçando a necessidade de ouvi-los para atender demandas específicas e realizar um planejamento estratégico de ações

focadas na necessidade do público alvo. Neste contexto, o presente estudo objetivou avaliar a satisfação dos usuários de uma Cantina Universitária de Santa Maria (RS).

2. METODOLOGIA

O presente estudo é um relato de experiência referente a aplicação da Ouvidoria em uma cantina universitária particular, localizada na cidade de Santa Maria, Rio Grande do Sul, durante o mês de dezembro de 2022. Participaram da ouvidoria frequentadores do serviço, dentre eles discentes, docentes, residentes, funcionários do local e visitantes. A aplicação ocorreu nas instalações da própria cantina, por meio de formulário disponibilizado no *Google Forms* e exposto em banner com *QR Code*. Bem como, através de questionários impressos, ilustrados da figura 1, e colocados em caixa coletora.

Ao longo das quatro semanas de aplicação, alunos voluntários do curso de nutrição da UFN estiveram à disposição nas cantinas para esclarecimento de possíveis dúvidas dos clientes. Para fins de organização, a equipe de alunos atuou em formato de escalas, conforme disponibilidade. Participaram da ação alunos do 4º e 7º semestre, uma professora orientadora, duas gestoras da cantina e a nutricionista.

O questionário de avaliação era composto por 15 quesitos sendo eles: diversidade dos produtos, qualidade dos produtos, apresentação dos produtos, sabor dos produtos, oferta de produtos integrais, produtos salgados, produtos doces, sanduíches, produtos do baleiro, bebidas, espaço físico, higiene do local, horário de atendimento, qualidade do atendimento, restrições alimentares e um espaço livre qualitativo para sugestões de melhorias do local. Os participantes deveriam responder uma das opções de resposta do questionário referente a cada item, utilizou-se uma escala de 4 pontos (muito satisfeito, satisfeito, pouco satisfeito e insatisfeito).

Para a análise dos dados do *Google Forms*, o grupo de alunos voluntários organizou um banco de dados na plataforma *Excel* versão 2023. Os dados foram tabulados e analisados, por meio de estatística descritiva simples.

Figura 1- Questionário de Satisfação no atendimento aos clientes da Cantina da Universidade Franciscana.

Pesquisa de Satisfação no atendimento aos clientes da Cantina da Universidade Franciscana.

Atividade: () Aluno () Funcionários () Professor () Outro. _____

Gênero: () Feminino () Masculino () Não quero informar. **Idade:** _____

Marcar com X a opção desejada.

Critérios de avaliação	Muito satisfeito	Satisfeito	Pouco satisfeito	Insatisfeito
Diversidade de produtos				
Qualidade dos produtos				
Apresentação dos produtos				
Preço dos produtos				
Sabor				
Oferta dos produtos integrais				
Produtos salgados				
Produtos doces				
Sanduíches				
Produtos do baleiro				
Bebidas				
Espaço físico e atendimento na Cantina				
Espaço físico				
Higiene do local				
Horário de atendimento (abertura e fechamento)				
Qualidade no atendimento (educação, simpatia, rapidez)				

• Você possui alguma restrição alimentar, intolerância, alergia ou doença que envolve o consumo de alimentos (Diabetes, intolerância a lactose ou glúten, hipertensão, vegetarianismo, veganismo).
 () Não () Sim. Qual? _____

Comentários/Sugestões: _____

Os dados de 2022 foram comparados com os dados de um banco secundário da ouvidoria em 2017, neste ano aplicou-se a ouvidoria na Cantina com 285 participantes. Os dados seriam reavaliados em 2019/2020. Com período Pandêmico a Ouvidoria voltou a ser aplicada em 2022, no mês de dezembro, novamente com apoio do Curso de Nutrição, por

intermédio do Estágio obrigatório em Alimentação Coletiva.

3. RESULTADOS E DISCUSSÕES

A amostra do estudo foi constituída por 501 participantes de ambos os gêneros, sendo a predominância do gênero feminino, como mostra a tabela 1. A maior participação foi dos alunos da instituição, seguido pelos funcionários e professores, conforme tabela 1. Com base nos dados disponíveis do site da Universidade Franciscana (2022), atingiu-se 10,7% do total de alunos da instituição (4.000) e 7,5% dos professores e funcionários (800).

Tabela 1- Gênero e atividade dos clientes participantes da Ouvidoria em Pesquisa da satisfação quanto aos serviços prestados e produtos ofertados, em Cantina de Instituição de Ensino Superior, Santa Maria (RS), 2022.

Gênero	Número	%
Feminino	337	67,3
Masculino	135	26,9
Não informado	29	5,8
Atividade		
Aluno	421	84,0
Professor	25	5,0
Funcionário	35	7,0
Residente	7	1,4
Visitante	9	1,8
Outro	4	0,8
Total	501	100

Quando avaliou-se os quesitos sobre a satisfação dos clientes e consumidores, pode-se contatar que a grande maioria está satisfeita com a Cantina universitária, conforme tabela 2. As perguntas referem-se a respeito ao nível de satisfação dos clientes quanto aos serviços prestados



e produtos ofertados. Os resultados da pesquisa de 2022, dispostos na tabela 2, foram comparados com os obtidos no banco de dados da Ouvidoria/2017.

Tabela 2- Nível de Satisfação dos clientes participantes da Ouvidoria em Pesquisa quanto aos serviços prestados e produtos ofertados, em Cantina de Instituição de Ensino Superior, Santa Maria (RS), 2017 e 2022.

Item avaliado	Ano	Nível de Satisfação				
		Muito Satisfeito	Satisfeito	Pouco Satisfeito	Insatisfeito	Não informado
Diversidade dos Produtos	2017	23,10	59,60	15,00	2,10	0,20
	2022	23,35	55,09	16,97	3,39	1,20
Qualidade dos Produtos	2017	29,10	63,80	6,30	0,70	0,10
	2022	34,33	55,69	7,98	1,80	0,20
Apresentação dos Produtos	2017	35,80	58,60	5,30	0,30	0,00
	2022	33,13	55,29	9,58	1,40	0,60
Preço dos Produtos	2017	4,60	28,40	41,00	26,00	0,00
	2022	6,39	31,73	39,72	21,36	0,80
Sabor dos produtos	2017	30,90	61,00	8,10	0,00	0,00
	2022	36,53	52,49	8,78	1,00	1,20
Oferta de produtos integrais	2017	14,70	43,50	31,90	9,80	0,10
	2022	14,97	44,31	27,14	10,19	3,39
Produtos salgados	2017	27,30	61,40	8,80	2,50	0,00
	2022	33,93	51,70	10,98	2,59	0,80
Produtos doces	2017	23,50	53,30	20,70	2,50	0,00
	2022	20,76	51,10	23,15	3,79	1,20
Sanduíches	2017	24,20	52,30	19,60	3,90	0,00
	2022	16,77	55,49	19,96	5,79	1,99
Produtos dos baleiros	2017	39,30	55,40	4,90	0,30	0,10
	2022	34,73	52,10	7,59	2,79	2,79
Bebidas	2017	38,90	49,80	8,80	2,50	0,00
	2022	41,12	48,10	7,58	2,20	1,00
Espaço físico	2017	39,60	51,90	7,70	0,70	0,10
	2022	43,91	42,32	9,18	2,59	2,00



		2017	54,00	41,40	4,20	0,30	0,10
Higiene do local	2022	56,09	38,32	3,99	1,00	0,60	
Horário de atendimento	2017	49,10	40,40	8,40	2,10	0,00	
	2022	52,09	38,72	6,19	2,00	1,00	
Qualidade no atendimento	2017	65,60	31,60	2,80	0,00	0,00	
	2022	70,66	24,35	3,39	1,00	0,60	

DISCUSSÃO DOS PRINCIPAIS RESULTADOS

Os resultados indicaram que, em geral, os usuários estão satisfeitos com a cantina, especialmente com a qualidade no atendimento, higiene do local, horário de funcionamento, espaço físico, sabor, qualidade e diversidade dos produtos. No ano de 2022 o item com maior nível de satisfação (70,66%) foi a qualidade no atendimento seguido da higiene do local (56,09) e do horário de atendimento (52,09), com mais de 50% de respostas muito satisfeita. O mesmo ocorreu em 2017 com os critérios atendimento (65,60%) e higiene do local (54%).

Os pontos a serem melhorados, que apresentaram menor grau de satisfação foi preço dos produtos e oferta de produtos integrais. No entanto, quando somado o nível de satisfação (muito satisfeito e satisfeito) o grau de satisfação para a oferta de produtos integrais em 2017 foi de 58,20% e em 2022, 59,22%. Assim o critério preço foi o único ponto avaliado com satisfação abaixo de 50% nos dois anos avaliados.

Outro fato interessante é sanduiches que mudou de posição aumentou o nível de insatisfação mas isto fica para artigo pois precisa fazer estatística para ver se é diferente. Só para lembrar depois.

4. CONCLUSÃO

A Ouvidoria atingiu os objetivos propostos e foi possível estabelecer os índices de satisfação dos usuários do restaurante. Evidenciou-se que o local avaliado possui bons índices de satisfação na maioria dos quesitos avaliados. Entretanto, observou-se que faz-se necessário a realização de uma análise qualitativa das respostas das perguntas descritivas, de modo que seja possível fornecer bases para desenvolver estratégias para melhorar os índices, levando em conta as demandas, opiniões e comentários dos clientes participantes da pesquisa.

A presente ação realizada, foi uma ótima experiência para os alunos de graduação envolvidos, pois além de trazer vivência prática, aproximou o meio acadêmico com o setor

regulado e, principalmente, com os consumidores. Outra experiência importante foi a organização e análise do banco de dados, bem como a prática da escrita científica, ação relevante para atividades acadêmicas.

REFERÊNCIAS

DE ABREU, Edeli Simioni; SPINELLI, Mônica Glória Neumann; DE SOUZA PINTO, Ana Maria. **Gestão de unidades de alimentação e nutrição: um modo de fazer.** Editora Metha, 2019.

NACFUR, Anis. A realidade de uma Ouvidoria. **Publicado no site da ouvidoria da UNICAMP.** v. 22, n. 09, 2007. Disponível em < http://www.ouvidoria.unicamp.br/textos/A_realidade_de_uma_Ouvidoria.pdf >. Acesso em: 07 de abril de 2023.

PROENÇA, RPC. **Inovação tecnológica na produção de alimentação coletiva.** Florianópolis: Editora Insular, 1997 (2 ed).

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

SILVA, Glauco Roberto Pereira; DA SILVA SIQUEIRA, Marcos Luciano; DA CRUZ, Taís Cristine. Análise das pequenas empresas sobre a experiência do cliente como diferencial da qualidade de produtos e serviços. **Revista Foco**, v. 16, n. 3, p. e1378-e1378, 2023

UNIVERSIDADE FRANCISCANA. Assessoria de Comunicação (ASSECOM). **Comunidade Acadêmica da UFN conhece seus novos Gestores.** Santa Maria, 16 dez. 2022. Disponível em: <https://www.ufn.edu.br/site/detalhes-noticia/comunidade-academica-da-ufn-conhece-seus-novos-gestores>. Acesso em: 29 de mar. de 2023

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 12º Congresso Nacional da Sociedade Brasileira de Alimentação e Nutrição, p. 459-0, 2013.