

Mariana Vieira Barbosa<sup>1</sup>  
Tamira Guilherme Rocha<sup>1</sup>  
Tânia Muzy Da Silva<sup>2</sup>  
Karla Andrea Dulce Tonini<sup>2</sup>  
Thadía Thuron Costa da Silva<sup>1</sup>  
Sílvia Regina Magalhães  
Couto Garcia<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Universidade Federal do Rio de Janeiro, Instituto de Nutrição Josué de Castro, Departamento de Nutrição e Dietética. Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

<sup>2</sup>Universidade Federal do Rio de Janeiro, Instituto de Nutrição Josué de Castro, Curso de Gastronomia. Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

#### Correspondência

Sílvia Regina Magalhães  
Couto Garcia

[silviacouto@globocom](mailto:silviacouto@globocom)

## Descritores da qualidade do serviço de restaurantes universitários com foco na percepção dos clientes

### *Service-quality descriptors of university restaurants based on customers' perception*

#### Resumo

No que se refere ao restaurante, a comida é somente o fim para a concretização da vivência de uma refeição, pois existem outros fatores considerados tangíveis e intangíveis que contribuem para o sucesso dessa experiência de consumo. Ocorre muitas vezes uma diferença entre a expectativa do cliente em relação ao serviço e a percepção da gerência sobre o serviço prestado. Para este artigo, realizou-se estudo qualitativo baseado no instrumento SERVQUAL com estudantes universitários, clientes do sistema de alimentação de uma universidade pública. Empregou-se a técnica investigativa de grupos focais, com o propósito de identificar os principais descritores que norteiam a qualidade do serviço oferecido pelo restaurante universitário, segundo a percepção dos clientes. De acordo com os resultados, o questionário SERVQUAL contempla de maneira geral o serviço ora estudado; algumas especificidades, no entanto, como velocidade no atendimento, atendimento individualizado e preço merecem atenção especial, assim como determinantes como higiene das instalações e da refeição e preço deveriam ser mais explorados no questionário.

**Palavras-chave:** Alimentação coletiva. Comportamento do consumidor. Estudantes.

#### **Abstract**

As far as the restaurant is concerned, food is only the end to the realization of the experience of a meal, because there are other factors considered tangible and intangible that contribute to the success of this experience of consumption. According to Parasuraman et al., what often happens is a difference between the customer's expectation of the service and the management's perception of the service provided. For this article, a qualitative study was carried out based on the SERVQUAL instrument with university students, clients of the feeding system of a public university. The focus group research technique was used to identify the main descriptors that guide the quality of the service offered by the university restaurant, according to clients' perceptions. According to the results, the SERVQUAL questionnaire generally contemplates the service studied; some specificities, however, such as speed of care, individualized care and price deserve special attention, as well as determinants such as hygiene of facilities and meal and price should be further explored in the questionnaire.

**Keywords:** Collective feeding. Consumer behavior. Students.

## **INTRODUÇÃO**

No que se refere ao restaurante, pode-se considerar que a comida é somente o fim para a concretização da vivência de uma refeição, pois existem outros fatores tangíveis e intangíveis que contribuem para o sucesso dessa experiência de consumo, ou seja, o atendimento das expectativas fisiológicas e subjetivas dos clientes. Desta forma, melhorar a qualidade dos serviços passa a ser um diferencial empresarial, que ganha cada vez mais importância no mercado.<sup>1</sup>

A qualidade é fundamental para o crescimento das organizações, tanto em produtos quanto em serviços, pois serve como diferencial competitivo para enfrentar a alta concorrência do mercado. Mas afinal, o que é qualidade? Pode ser definida de diversas formas, tais como: valor; conformação de especificações; conformação a requisitos prévios; ajustamento do produto/serviço para o usuário; redução de perdas; atendimento e/ou supera-

ção das expectativas dos consumidores.<sup>2</sup> Neste estudo, será abordado o conceito de qualidade percebida, que se traduz na razão entre o nível de eficácia dos serviços e a expectativa do cliente.

Mesmo que as percepções de um serviço dependam de um julgamento pessoal, cabe aos gestores conhecer as expectativas de seus clientes, para então buscar melhorias de desempenho que favoreçam uma percepção positiva.<sup>3</sup> Cada cliente traz consigo expectativas que podem variar em razão das diferentes situações, portanto as organizações devem identificar quais são as dimensões da qualidade valorizadas pelo cliente e o grau de importância de cada uma.

Segundo Parasuraman et al.,<sup>4</sup> o que ocorre muitas vezes é uma diferença entre a expectativa do cliente em relação ao serviço e a percepção da gerência do serviço prestado. Desta forma, o gestor deve procurar identificar os pontos que determinam a qualidade para reduzir essa discrepância e alcançar um padrão adequado de qualidade. Inicialmente, o foco da qualidade em restaurantes universitários evidenciava maior expressão na oferta de alimentação adequada e saudável, mas outras dimensões da qualidade foram incorporadas a esse serviço.<sup>5</sup>

A qualidade na oferta de refeições em ambientes universitários tem sido objeto de estudo no sentido de contribuir para a melhoria da qualidade nutricional da alimentação dos estudantes atendidos pelos restaurantes universitários. Vieira et al.<sup>6</sup> delinearam o perfil socioeconômico, nutricional e de saúde de adolescentes recém-ingressos em uma universidade pública brasileira. A maioria dos adolescentes não residia com familiares (89,8%), omitia alguma refeição principal (57,3%) e rejeitava um ou mais alimentos do grupo das hortaliças (79,5%). Os eutróficos predominavam, mas 58,7% destes apresentavam percentual de gordura corporal elevado. Os autores concluíram ser premente a necessidade de se direcionar ações individuais e coletivas de assistência a esta população específica.

Alves & Boog<sup>7</sup> discutem, em seu estudo, que no ambiente de moradia estudantil e na vida universitária ocorrem limitações no desenvolvimento de práticas alimentares saudáveis, por falta de tempo, dificuldades financeiras e falta de locais para comprar alimentos. Os autores evidenciaram que, durante a semana, os estudantes realizam as refeições no restaurante universitário, pelo baixo preço e facilidade de acesso a uma alimentação saudável, expressa por "refeição balanceada"; por isso eles consideram não uma opção, mas uma necessidade, frequentar o restaurante.

No entanto, as longas distâncias entre o trabalho/escola e a residência, a aceleração urbana, o massacre midiático das propagandas sobre alimentos e o acesso econômico à alimentação são algumas das transformações culturais relacionadas à escolha do como,

onde e o que comer.<sup>8</sup> De acordo com os resultados da Pesquisa de Orçamentos Familiares-POF 2008/2009,<sup>9</sup> comer fora de casa já representa um terço (31,1%) do total de gastos das famílias brasileiras com alimentos. Para uma expressiva camada da população, refeições fora do lar, realizadas em unidades de alimentação e nutrição, são uma das alternativas viáveis de acesso à alimentação.<sup>8</sup>

A Universidade Federal do Rio de Janeiro, até o ano de 1991, possuía 11 “bandejões”, que atendiam a todos os *campi*. Em decorrência da situação política e econômica então vivida pela universidade, estes foram desativados. Nos últimos anos, os estudantes, através dos Centros Acadêmicos e do Diretório Central dos Estudantes, intensificaram as mobilizações na luta pelos “bandejões”. Em contrapartida, foi criada a Comissão de Implantação do Sistema de Alimentação da UFRJ em 2004, responsável pelo planejamento e organização dos novos restaurantes universitários (RU). Em 2008, foram inaugurados no campus da Ilha do Fundão, o Restaurante Universitário Central e o Refeitório Satélite do Centro de Letras e Artes (CLA), com modalidade de refeição transportada de uma unidade produtora de refeições terceirizada, como passo inicial do sistema de alimentação da UFRJ.

A proposta administrativa e acadêmica de reativação do sistema de alimentação da UFRJ assinala o resgate de espaços de socialização no campus da Cidade Universitária, contribuindo na garantia de uma alimentação saudável a todos, atendendo às políticas governamentais propostas, como também ao Plano de Reestruturação e Expansão das Universidades Federais (REUNI), conformando-se como um equipamento que contribuirá para a democratização da permanência, sobretudo de estudantes que apresentem condições socioeconômicas desfavoráveis.<sup>10</sup>

Neste sentido, o sistema de alimentação da UFRJ, em consonância com a Política de Segurança Alimentar e Nutricional do país, tem como prerrogativa produzir e distribuir alimentação equilibrada, segundo os princípios nutritivos que possam promover e manter a saúde de seus alunos e trabalhadores, culturalmente diversificada, segura do ponto de vista higiênico-sanitário, com respeito ao meio ambiente e à questão social.<sup>10</sup>

Torna-se relevante, assim, identificar os determinantes da qualidade percebida no RU, a fim de subsidiar o processo de gestão voltado para a satisfação de seus clientes, não somente na condição onívora do homem, isto é, a capacidade de comer de tudo, mas também por diversos fatores que irão influenciar o indivíduo na decisão de suas escolhas alimentares,<sup>11</sup> englobando variáveis como: valores, confiança, crenças ou expectativas, intenções, envolvimento e experiências.<sup>12</sup> Portanto, o objetivo geral do presente trabalho foi identificar os descritores que norteiam a qualidade do serviço oferecido por um RU, com foco na percepção dos clientes.

## Caracterização do sistema de alimentação da UFRJ

O sistema de alimentação da UFRJ é composto pelo RU Central, localizado próximo ao Centro de Ciências da Saúde no *campus* da Cidade Universitária, na Ilha do Fundão, e dois refeitórios-satélites (RS), também localizados na Cidade Universitária – no Centro de Letras e Artes e no Centro de Tecnologia. O RU Central é uma Unidade de Alimentação e Nutrição (UAN) que foi planejada para a produção diária de quatro mil refeições, priorizando um fluxo racional de processo, pessoas, materiais e resíduos; a segurança da produção; o conforto dos usuários e a qualidade de vida no trabalho. Contempla ainda, aspectos relacionados à redução dos impactos ambientais.

O cardápio era executado inicialmente em uma unidade central de processamento de alimentos da empresa terceirizada, fora da Cidade Universitária. As preparações eram colocadas em caixas isotérmicas contendo recipientes do tipo *gastronorm*, sendo então transportadas até o RU Central e RS, onde ocorriam a finalização do processo, a manutenção das preparações e a distribuição aos comensais. Para realizar essas operações, a UAN/RU contava com as seguintes áreas de trabalho: plataforma de recepção, área de finalização das preparações culinárias, área de manutenção das preparações, refeitório, sala de higienização de utensílios do refeitório, câmara de lixo, sala de estoque de materiais, sala administrativa, sanitários e vestiários.

O RU Central conta atualmente com uma estrutura física completa para a produção de refeições, e a distribuição é feita no próprio local; também atende ao RS do CT. No RS do CLA, a refeição continua sendo transportada de uma unidade central da empresa terceirizada.

O serviço de alimentação da UFRJ oferece as refeições almoço e jantar, com estrutura do cardápio que se caracteriza por uma entrada, constando de uma salada ou sopa, um prato principal, uma guarnição, acompanhamento (arroz e feijão), sobremesa (fruta ou doce) e bebidas. O custo desta refeição é subsidiado pela UFRJ, cabendo aos estudantes pagar o valor de R\$ 2,00 (dois reais) por refeição. O RU funciona de segunda a sexta, e o horário de atendimento é das 11 às 14 horas. São servidas no RU Central 3.100 refeições no almoço e 1.200 no jantar; no CT, 1.300 no almoço e 800 no jantar; e no CLA, 1.200 no almoço e 900 no jantar.

## Referencial Teórico

O termo “qualidade” não possui uma definição clara e objetiva; sua interpretação depende do ponto de vista de quem analisa e/ou de quem planeja o serviço ou o produto, e pelo que se entende por qualidade para os casos envolvidos.<sup>2</sup>

A qualidade passou a ser uma exigência efetiva do cliente, mas ainda existe um atraso na definição de uma política sistemática para implantação de programas de qualidade nas empresas, sobretudo naquelas de pequeno e médio porte, devido provavelmente à desinformação ou ao não entendimento da linguagem técnica sobre os princípios de qualidade.<sup>13</sup>

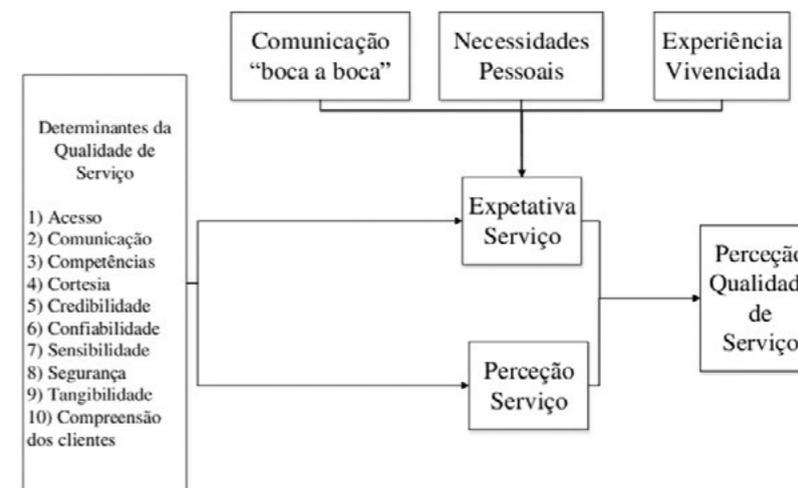
Walter et al.,<sup>13</sup> analisando diversos conceitos de serviços, ressaltam que os serviços geram valor e fornecem benefícios para os clientes em decorrência de sua realização. Sendo assim, oferecer um serviço de qualidade não é apenas utilizar uma ferramenta de vendas, mas uma forma de obter vantagem competitiva a longo prazo, buscando atender às expectativas dos clientes.

O gerenciamento de serviços possui um diferencial em relação ao gerenciamento de produtos, pois serviços são considerados experiências que o cliente vivencia, enquanto que os produtos são bens que podem ser possuídos. Partindo desses preceitos, os serviços foram classificados a partir de algumas características especiais, tais como: intangibilidade; necessidade da presença e participação do cliente no processo e simultaneidade de produção e consumo.<sup>14</sup>

Segundo Grönroos,<sup>15</sup> a qualidade do serviço deve ser, acima de tudo, “aquilo que os clientes percebem”. Sob esta ótica, Parasuraman et al.<sup>4,16,17</sup> afirmam, através de estudos, que a qualidade percebida do serviço é resultado da comparação das percepções com as expectativas do cliente; ou seja, é determinada pela diferença entre a qualidade esperada e a qualidade recebida ao longo da prestação do serviço, atendendo ou não à satisfação do cliente.<sup>18</sup>

Parasuraman et al.<sup>4</sup> desenvolveram um modelo de avaliação da qualidade de serviço baseado na comparação do serviço percebido com o serviço esperado. Esses critérios foram agrupados em dez categorias, denominadas de “determinantes da qualidade do serviço”, tais como acessibilidade, comunicação, competência, cortesia, credibilidade, confiabilidade, presteza, segurança, aspectos tangíveis, compreensão e conhecimento (figura 1).

Figura 1. Determinantes da qualidade dos serviços.



Fonte: adaptado de Parasuraman et al (1985).

As expectativas dos clientes, segundo Parasuraman et al.,<sup>4</sup> são influenciadas por necessidades pessoais, experiências anteriores, comunicação boca a boca e comunicações externas. Os autores apresentam as três possibilidades nas relações entre expectativas e percepções dos clientes: quando as expectativas dos clientes são menores que suas percepções, a qualidade percebida é bastante satisfatória, tendendo a ideal; quando as expectativas dos clientes são iguais ou semelhantes as suas percepções, a qualidade percebida é satisfatória; e quando as expectativas dos clientes são maiores que suas percepções, a qualidade percebida é pouco satisfatória. Segundo o autor, o que ocorre muitas vezes é uma discrepância entre a expectativa do cliente e a percepção da gerência, sendo objetivo do serviço reduzir tal discrepância para alcançar um padrão adequado de qualidade.

Após outros estudos, Parasuraman et al.<sup>17</sup> encontraram alta correlação entre as seguintes determinantes da qualidade: comunicação, competência, cortesia, credibilidade e segurança e entre acesso e compreensão. Desta forma, foram reduzidas a cinco determinantes da qualidade, conforme o quadro 1, com o objetivo de serem utilizadas como base para desenvolver o instrumento de medida da qualidade de serviço denominado SERV-QUAL. A escala foi desenvolvida em setores diversos, pretendendo ser genérica e aplicável a todos os tipos de organizações e ramos de serviços. Parasuraman et al.,<sup>19</sup> no entanto, sugerem se necessário, a introdução de adaptações de acordo com as especificações de outras pesquisas.

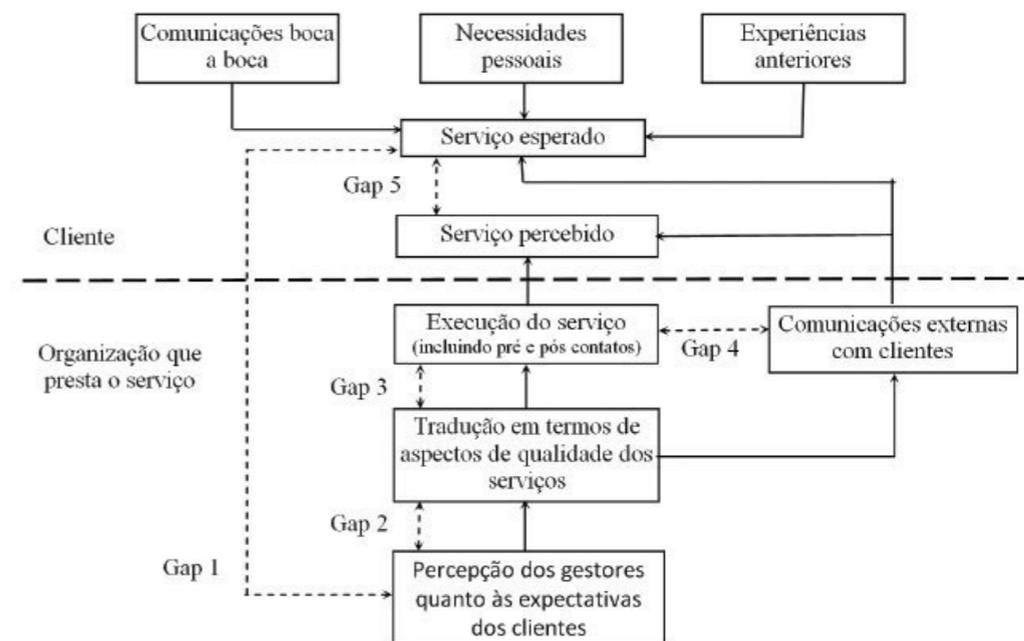
**Quadro 1.** Descrição das dimensões da qualidade dos serviços.

Dimensões da qualidade	Definição
Tangíveis	Aparência das instalações físicas, prédios, equipamentos, do pessoal e dos materiais de comunicação.
Confiabilidade	Capacidade para prestar o serviço prometido, de forma segura e acurada.
Presteza	Boa vontade para servir o usuário e fornecer atendimento ágil.
Garantias	Conhecimento e cortesia dos funcionários e sua habilidade para inspirar credibilidade e confiança.
Empatia	Consideração e atenção individualizada que a empresa presta ao seu usuário.

Fonte: Parasuraman et al.<sup>15</sup>

Segundo Parasuraman et al.,<sup>4</sup> o SERVQUAL é uma ferramenta composta por uma escala de múltiplos itens com boa confiabilidade e validade, que as organizações podem utilizar para compreender as expectativas e percepções dos clientes sobre o serviço prestado. Sendo assim, pode-se comparar o serviço prestado, após sua execução, com o que o cliente espera, permitindo ao gestor identificar suas potencialidades e fraquezas, com vistas à melhoria contínua, a partir da análise do “modelo dos gaps em serviços”, como exposto na figura 2.

**Figura 2.** Modelo de qualidade de serviços adotados na Escala SERVQUAL.



Fonte: Parasuraman, Zeithaml e Berry (1985, p. 44).

O modelo dos 5 Gaps foi desenvolvido para auxiliar os gestores a compreender as fontes dos problemas da qualidade dos serviços e como melhorá-los. Considerando esse modelo, nota-se que estes podem ser analisados separadamente. Entretanto, a análise do Gap 5 constitui a essência da utilização do modelo SERVQUAL, desenvolvido por Parasuraman et al.,<sup>4</sup> pois havendo falha nesse Gap, todos os demais deverão ser analisados e corrigidos.<sup>20</sup>

O ponto de partida para a eleição de descritores específicos no segmento de restaurante universitário, correspondente a cada determinante da qualidade do serviço já definida por Parasuraman et al.,<sup>16</sup> descrita no quadro 1, podem também identificar a necessidade da inclusão de outras determinantes, além das cinco propostas pelos autores,<sup>16</sup> que seriam importantes para analisar a qualidade do RU/UFRJ.

## MÉTODOS

### Coleta de dados

O estudo foi realizado com estudantes universitários, clientes do sistema de alimentação da UFRJ, e usuários do RU Central e (RS) residentes ou não no *campus* da Cidade Universitária. Trata-se de estudo qualitativo que empregou a técnica investigativa de grupos focais, com o propósito de identificar os descritores que norteiam a qualidade do serviço oferecido pelo restaurante universitário.

A técnica de grupos focais permite a obtenção de dados de natureza qualitativa a partir de sessões grupais em que pessoas associadas à temática central do estudo – como por exemplo, faixa etária, ocupação ou papel que representam na comunidade – discutem vários aspectos de um tema específico.<sup>7</sup> Neste tipo de estudo, o aprofundamento e a abrangência de compreensão constituem os focos de interesse, e o tamanho da amostra não decorre de necessidades matemáticas.<sup>21</sup>

Este estudo foi submetido à avaliação do Comitê de Ética em Pesquisa do Instituto de Estudos em Saúde Coletiva/UFRJ, parecer nº 12/2010, processo nº 02/2010, observando-se o cumprimento das diretrizes e normas regulamentadoras do Conselho Nacional de Saúde. Todos os participantes foram previamente esclarecidos sobre o objetivo do trabalho e as técnicas às quais seriam submetidos. Depois de obtido o consentimento livre e esclarecido, foram realizados dois grupos focais com clientes do RU, que hoje compreendem os alunos da universidade.

Para o primeiro, estudantes foram convidados a participar da pesquisa enquanto aguardavam na fila para realizar a refeição no restaurante universitário. Para o segundo, composto por estudantes residentes em moradia estudantil, o grupo focal foi realizado no refeitório do próprio alojamento, durante o horário do lanche. Em ambos havia nove estudantes de graduação de diferentes cursos. A diferenciação dos grupos se deu pela necessidade de os estudantes residentes da moradia estudantil realizarem suas refeições exclusivamente no RU, enquanto que os demais poderiam optar, fato que gerou uma diferença na percepção da qualidade do serviço.

Durante a realização dos grupos focais, foram debatidas questões sobre características de um RU, seus fatores de qualidade, motivação para frequentar o RU/UFRJ, pontos positivos e negativos no serviço do RU/UFRJ; ao final, o debate foi aberto para demais comentários e/ou relatos de experiências vivenciadas. Cada debate durou em torno de uma hora e seguiu um roteiro previamente elaborado.



As questões discutidas foram: “Em sua opinião, o que caracteriza um restaurante universitário?”; “Na sua opinião, quais são os fatores de qualidade que um restaurante universitário deve ter?”; “Dentre esses fatores, qual seria a ordem de importância?”; “Por que você frequenta o RU?”; “Principais pontos positivos no serviço do RU /UFRJ?”; “Principais pontos negativos no serviço do RU /UFRJ?”; “Você gostaria de comentar / descrever alguma experiência vivenciada?”.

Os grupos focais contaram com uma equipe composta por um moderador, dois relatores e dois observadores/operadores de gravação; e o pós-grupo, com dois transcritores/digitadores, como proposto por Neto et al.<sup>22</sup>

O texto obtido da transcrição foi analisado na busca de descritores (qualquer palavra ou expressão que possa descrever o serviço de restaurantes universitários) e estes, posteriormente, foram classificados em categorias correspondentes às cinco dimensões da qualidade definidas por Parassuraman et al.<sup>16</sup>: aspectos tangíveis, confiabilidade, presteza, garantia e empatia.

Portanto, vale ressaltar que não se pretende apresentar a análise de conteúdo das falas transcritas dos grupos focais, e sim desvelar os descritores, ou seja, qualquer palavra ou expressão que possa descrever o serviço de restaurantes universitários, em função dos determinantes da qualidade de serviços propostos por Parassuraman et al.<sup>16</sup>

## RESULTADOS E DISCUSSÃO

Em ambos os grupos focais, havia nove estudantes de diferentes cursos de graduação, com disponibilidade e interesse em participar, todos com idade superior a 18 anos. A caracterização dos sujeitos é apresentada na tabela 1.

**Tabela 1.** Caracterização dos sujeitos participantes dos grupos focais.

Alunos não residentes na moradia estudantil				Alunos residentes na moradia estudantil			
Sujeito	Sexo	Idade	Curso	Sujeito	Sexo	Idade	Curso
A1	F	21	Nutrição	A2	M	23	Biologia
B1	F	28	Educação Física	B2	M	19	Biologia
C1	F	25	Educação Física	C2	M	23	Geografia
D1	M	22	Ciências da Computação	D2	M	29	Música
E1	M	21	Ciências da Computação	E2	F	19	Artes Plásticas
F1	M	23	Ciências da Computação	F2	F	20	Arquitetura
G1	M	22	Ciências da Computação	G2	M	22	Dança
H1	M	22	Ciências da Computação	H2	F	25	Desenho
I1	M	22	Ciências da Computação	I2	M	30	Desenho

Fonte: Parassuraman et al.<sup>15</sup>

A partir dos debates, foram elencados descritores para cada um dos determinantes da qualidade de Parassuraman et al.,<sup>16</sup> conforme mostrado no quadro 2.



**Quadro 2.** Descritores elencados no estudo para cada determinante definido por Parassuraman et al.<sup>15</sup> para o segmento “restaurante universitário”.

Definição segundo Parassuraman et al. <sup>15</sup>	Descritores elencados nos grupos focais
<p><b>Tangíveis</b> Aparência das instalações físicas, prédios, equipamentos, do pessoal e dos materiais de comunicação</p>	<p>espaço amplo; área de convivência; equipamento para entrada; música ambiente; conforto das instalações; mobiliário em bom estado de conservação; localização dos banheiros; iluminação; ambiente climatizado;</p>
<p><b>Tangíveis</b> Aparência das instalações físicas, prédios, equipamentos, do pessoal e dos materiais de comunicação</p>	<p>ambiente <i>clean</i>; instalações limpas; site para divulgação do cardápio.</p>
<p><b>Receptividade</b> Boa vontade para servir o usuário e fornecer atendimento ágil</p>	<p>atendimento; espera prolongada; serviço veloz; receptividade de atendimento; treinamento (agilidade das copeiras).</p>
<p><b>Empatia</b> Consideração e atenção individualizada que a empresa presta ao seu usuário</p>	<p>horário de atendimento; atenção individualizada; atendimento para todos.</p>
<p><b>Confiabilidade</b> Capacidade para prestar o serviço prometido, de forma segura e acurada</p>	<p>alimentação saudável; refeição saborosa; variação do cardápio; alimentação equilibrada; não finalização da distribuição antes do horário; responsabilidade ambiental; preço.</p>
<p><b>Segurança</b> Conhecimento e cortesia dos funcionários e sua habilidade para inspirar credibilidade e confiança</p>	<p>Qualidade da refeição</p>

Fonte: Parassuraman et al.<sup>15</sup>

Após o levantamento dos descritores a partir das falas realizadas nos grupos focais, percebeu-se nas discussões a valorização dos aspectos tangíveis, ou seja, aqueles referentes a instalações físicas, equipamentos e aparência do pessoal e dos materiais de comunicação. Destacaram-se aspectos relacionados ao espaço do refeitório, como conforto e limpeza, os quais podem vir a proporcionar um ambiente agradável aos clientes.

F1: Um ambiente bem iluminado, porque são horríveis ambientes escuros... e climatizado também.

E1: lugar é muito agradável, para mim é o lugar mais agradável da universidade.

H2: [...] um espaço amplo, não é uma coisa apertada.

De acordo com Jesus,<sup>23</sup> os clientes escolhem estabelecimentos que se importem com os itens referentes à tangibilidade, garantindo-lhes ambiente agradável e conforto. Em estudo realizado por Tinoco & Ribeiro,<sup>24</sup> diferentes grupos de clientes de restaurantes *à la carte* percebem o ambiente, limpeza, instalações de apoio e decoração como atributos principais da qualidade. Braga et al.,<sup>5</sup> em estudo realizado em um restaurante universitário de Ponta Grossa, verificaram que a ausência desses atributos tangíveis, como espaço físico, móveis e limpeza, causa grande insatisfação aos usuários do estabelecimento pesquisado. A importância desses atributos se dá pela materialização das expectativas dos clientes, tornando legítima sua experiência do consumo.<sup>1</sup>

Durante a discussão relacionada aos materiais de comunicação, foi citado o desejo de conhecer antecipadamente o cardápio oferecido no dia.

E1: Outro ponto, acho que é um cardápio um pouco mais antecipado, por exemplo, a gente tem acesso ao computador, internet o dia todo, então se eu pudesse saber o que vai ter hoje no bandeirão, se eu não quisesse, eu nem vinha.

Essa fala levou os debatedores a discussões vinculadas ao tempo do estudante e à necessidade de se dividir entre as atividades acadêmicas e o deslocamento para realizar sua refeição. Esse ponto se contrapõe o que Alves & Boog<sup>7</sup> ressaltam em seu estudo, segundo o qual a falta de tempo na vida universitária limita o desenvolvimento de práticas alimentares saudáveis. Desta forma, o não conhecimento do cardápio com antecedência pode dificultar o acesso a uma alimentação saudável, diminuindo a frequência no RU.

A velocidade no atendimento foi considerada pelos estudantes como um dos fatores de qualidade mais importante dos restaurantes universitários, pelo fato de os alunos te-

rem um curto intervalo de tempo entre as aulas para realizar suas refeições. No entanto, a espera prolongada também foi elencada, já que ocorre pela grande demanda de alunos no RU, com frequente formação de filas, sendo um dos pontos negativos do serviço mais debatidos nos grupos focais, como pode ser observado a seguir:

D1: Acho que acima de tudo ele tem que ser veloz, tem que ter o tempo certo para você comer e chegar na aula a tempo, isso é o principal critério.

G2: [...] a questão da organização, no sentido da fila, no sentido de acesso até chegar a você almoçar realmente, isso é o ponto que mais pega.

Percebe-se a necessidade de melhorias no que tange à gestão do determinante “confiabilidade” nos restaurantes universitários, que se refere à capacidade de prestar o serviço prometido de forma confiável e precisa.

Coutinho et al.<sup>25</sup> também observaram que a fila grande é algo comum nos restaurantes universitários e os usuários esperam muito para almoçar. Consideram que o número de clientes pode aumentar dependendo do cardápio do dia, provocando filas e espera prolongada. Braga et al.<sup>5</sup> verificaram, em seu estudo, uma insatisfação de 73,25% quanto ao tempo de atendimento no restaurante universitário de Ponta Grossa, o que mostra a necessidade de melhoria da qualidade do serviço nesse quesito, visto que a clientela possui pouco tempo para realizar sua refeição e se deslocar para suas atividades.

Ao mesmo tempo que demonstram valorizar a velocidade do serviço prestado, os clientes do RU demonstram preocupação com o tratamento e a atenção individualizada, o que pode ser contraditório em relação à velocidade do serviço. Esta questão, no entanto, foi relatada com base em argumentos relacionados ao desperdício.

G2: [...] é um problema sério, elas colocam muito arroz e feijão, e a pessoa não come tudo, e aí muitas vezes sobra e vai para o lixo.

C2: [...]mas se você pelo menos escutar antes de fazer a sua ação, você vai evitar o desperdício e a insatisfação do cliente [...] nem todo mundo come igual, pode comer mais ou menos. Você atender o que a pessoa quer, se ela come pouco dar pouco para ela, não quer feijão, não dar feijão.

Nos trechos destacados, os estudantes expressam o desejo de serem ouvidos pelas copeiras durante a distribuição/porcionamento da refeição, demonstrando a importância dos determinantes “presteza” e “empatia” para a qualidade do serviço prestado. No caso do

RU, o porcionamento do cardápio é estimado a partir das demandas energéticas da clientela, o que pode variar de um cliente para o outro. Para satisfazer o cliente, é importante a percepção de que ele está sendo ouvido e que a empresa estima suas preferências.<sup>26</sup> Além disso, ao longo dos debates, manifestações sobre a importância da opinião do cliente na prestação do serviço também foram colocadas:

E1: Por exemplo, tem aquele doce de mamão verde, acho que a galera não gosta dele, se eu pudesse eu falava esse aqui eu não gosto, e vocês podem melhorar a alimentação em cima do nosso gosto.

G1: [...] teve uma vez que era espetinho de peixe com banana e foi muito bom, nunca mais teve.

Nesse caso, a qualidade em serviços de alimentação pode ser considerada um processo sob a ótica nutricional, para atendimento das necessidades fisiológicas; higiênico-sanitárias, através da oferta de alimentos seguros; e sensorial e simbólica, nas quais o prazer e significado são importantes para a percepção da qualidade.<sup>27</sup>

Nos serviços de alimentação institucional, do ponto de vista do nutricionista responsável pela gestão, a qualidade higiênico-sanitária da refeição se torna elemento fundamental, por envolver a saúde dos clientes. Este tipo de estabelecimento deve atender às Boas Práticas de Fabricação (BPF) regulamentadas pela ANVISA, através da Resolução RDC/ANVISA nº 216/2004.<sup>28</sup> Trata-se de um conjunto de normas e procedimentos empregados em serviços de alimentação visando assegurar a higiene dos alimentos.

Em outros estudos, Jesus,<sup>23</sup> Pinheiro et al.<sup>29</sup> e Tinoco & Ribeiro,<sup>24</sup> no mesmo campo de pesquisa, evidenciaram a necessidade de acréscimo do determinante “higiene das refeições” para a avaliação neste ramo de serviço, tendo em vista a importância da segurança alimentar de seus clientes. Parassuraman et al.,<sup>16</sup> quando definem a dimensão “garantia”, relatam que o estabelecimento deve inspirar confiança. Isso torna imprescindível a inclusão deste tema na avaliação da qualidade percebida de serviços de restaurantes universitários, apesar de a questão não ter aparecido claramente na discussão do grupo focal, pois estava implícita no entendimento da alimentação saudável pelos participantes da pesquisa.

Os descritores relativos à qualidade da refeição citados foram “alimentação saudável/equilibrada”, “refeição saborosa” e “variação do cardápio”, o que demonstrou não só a consciência do consumidor quanto ao papel da alimentação em sua saúde, mas também a importância dos seus aspectos sensoriais.

I2: [...] você chega lá e pelo menos tem uma comida mais balanceada, mais saudável.



H2: Eu lembro que a época que entrei aqui, em 2002 não tinha bandeirão e eu terminava a aula 12h, tinha que voltar para a próxima aula 13h, ia lá no trailer comer um salgadinho e passava a semana péssima, super pesada.

G1: A comida varia bastante assim durante a semana, nunca é sempre a mesma coisa...acho que quem escolhe o cardápio do dia, escolhe melhor que eu, vocês me poupam um trabalho.

Tais descritores devem ser inseridos na avaliação do serviço e estão relacionados tanto ao determinante “garantia” como “confiabilidade”, já que por se tratar de um serviço composto por equipe de nutricionistas, o cardápio é balanceado para satisfazer as necessidades nutricionais da clientela. Isso traz certa confiança na qualidade do alimento ingerido e melhor opção de alimentação no *campus*.

Pinheiro et al.,<sup>29</sup> em estudo sobre a qualidade percebida em restaurantes temático-típicos, também perceberam a necessidade de inserir descritores referentes à qualidade da refeição, como variedade do cardápio e sabor dos alimentos. O mesmo ocorreu com o estudo de Ribeiro & Tinoco,<sup>24</sup> que encontraram no segmento restaurante *à la carte*, como fator importante que afeta a qualidade percebida, a variedade oferecida no cardápio.

No entanto, ao longo de todo o grupo focal, o descritor mais frequente foi o preço, inferido como principal motivo para frequentar o restaurante universitário, ou seja, responsável por garantir o acesso a uma refeição. O preço também foi citado em comparações com a qualidade da refeição servida (relação custo/benefício) como nas opiniões a seguir:

I1: Acho que qualidade da comida também, a gente escuta falar de outros bandejões, que é barato, mas ninguém aguenta comer.

A2:O custo é bem relevante, porque a gente economiza muito mais comendo aqui do que em outros lugares.

O preço é um dos elementos mais importantes no processo de decisão de compra. É preciso que ele seja justo e proporcione estímulo para comprar, além de possibilitar a utilidade percebida pelo consumidor, e que o valor esteja dentro do que ele se dispõe a pagar por sua posse.<sup>30</sup> Braga et al.,<sup>5</sup> em estudo realizado em restaurante universitário, verificaram que o preço tem grande importância na percepção da qualidade e foi avaliado de forma satisfatória pelos entrevistados, visto que alterações nesse segmento envolvem mudanças nas políticas governamentais.

A refeição no restaurante universitário da UFRJ custa ao aluno R\$ 2,00, e esse fator é lembrado em muitos momentos, pois a maior parte dos alunos da universidade considera

o preço bom pela alimentação servida. Tal questão assume dimensões sociais à medida que torna possível avaliar o acesso ao RU como um indicador da política de assistência estudantil da universidade.

O núcleo de pesquisa de opinião da UFRJ publicou, em 2005, o trabalho intitulado *Restaurante Universitário: direito ou necessidade?* com o objetivo de fornecer subsídios para auxiliar na gestão de questões relacionadas a alimentação e transporte dos estudantes. Apurou-se que 66,86% dos estudantes realizavam refeições (almoço e/ou lanche) em trailer e/ou restaurante do campus, e que a maioria gastava por dia entre R\$ 5,00 a R\$ 7,90 por refeição, valor superior à refeição oferecida pelo restaurante universitário.<sup>10</sup>

O preço também foi considerado no determinante “confiabilidade” por Zeithaml & Carl,<sup>31</sup> e utilizado com sucesso na avaliação de qualidade no mesmo segmento de restaurantes por Jesus,<sup>2</sup> Pinheiro et al.<sup>29</sup> e Tinoco & Ribeiro.<sup>24</sup>

## CONCLUSÕES

A utilização da técnica de grupos focais permitiu identificar os principais descritores dentre os determinantes da qualidade percebida pelos clientes de restaurantes universitários, considerando a opinião de diferentes grupos de clientes (alunos residentes e não residentes de moradia estudantil).

De acordo com os resultados colhidos neste estudo, o questionário SERVQUAL contempla de maneira geral o serviço ora estudado, porém algumas especificidades do serviço, como velocidade no atendimento, atendimento individualizado e preço merecem atenção especial. Portanto, a continuidade do trabalho se dá pela proposição de um modelo de questionário para avaliar a qualidade percebida nesses estabelecimentos, pois determinantes como higiene das instalações e da refeição e preço foram levantados pelos alunos entrevistados e deveriam ser mais explorados no questionário. Esse modelo se baseará na proposta de Parasuraman et al.,<sup>4</sup> sendo incluídas algumas modificações no desenho e, principalmente, maior detalhamento dos pontos fundamentais do modelo dos serviços prestados em restaurantes universitários, como qualidade da comida servida, preço e capacidade de atendimento à demanda da universidade.

Destacamos a necessidade de realizar mais estudos em ambientes universitários, de forma a permitir uma análise mais completa das complexidades que envolvem um sistema de alimentação universitário, com o objetivo de contribuir para o aumento da informação, permitindo maior comparação entre os serviços e a construção de um instrumento de medida da qualidade mais adequado para este segmento que permita a melhoria contínua na prestação dos serviços.

## APOIO FINANCEIRO

FAPERJ, processo nº E- 26/ 111.059/2009

## REFERÊNCIAS

1. Domingues O, Gouvêa MA. Qualidade percebida em atividades de gerenciamento por categoria em supermercados. *Revista de Gestão* 2012; 19(4): 589-608.
2. Mainardes EW, Lourenço L, Tontini G. Percepções dos conceitos da qualidade e gestão pela qualidade total: estudo de caso na universidade. *Revista Eletrônica de Gestão Organizacional* 2010; 8(2): 279-297. Disponível em <<http://www.revista.ufpe.br/gestaoorg/index.php/gestao/article/view/200>>.
3. Reis ICESA. Escala SERVQUAL modificada: avaliação da qualidade percebida do serviço de lazer oferecido por um complexo poliesportivo num parque florestal. [Dissertação]. Florianópolis, SC: Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC);2001.
4. Parasuraman A, Zeithaml VA, Berry LL. A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing* 1985;49(4):41-50.
5. Braga AC, Pereira TL, Andrade PP Jr. Avaliação de restaurante universitário por meio de indicadores de qualidade. In: *Anais IV Congresso Brasileiro de Engenharia de Produção*, dez. 2014; Curitiba, Brasil. Paraná; 2014. p. 306-326.
6. Vieira VCR, Priore SE, Ribeiro SMR, Franceschini SCC, Almeida LP. Perfil socioeconômico, nutricional e de saúde de adolescentes recém-ingressos em uma universidade pública brasileira. *Revista de Nutrição* 2002; 15(2):273-282.
7. Alves HJ, Boog MCF. Promoção de saúde e comensalidade: um estudo entre residentes de moradia universitária. *Segurança Alimentar e Nutricional* 2006;13(2): 43-53.
8. Cardoso RCV, Souza EVA, de Santos PQ. Unidades de alimentação e nutrição nos campi da Universidade Federal da Bahia: um estudo sob a perspectiva do alimento seguro. *Revista de Nutrição* 2005; 18(5): 669-680.
9. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Pesquisa de Orçamentos Familiares 2008-2009. Relatório Preliminar. Disponível em: <[www.ibge.gov.br](http://www.ibge.gov.br)>.
10. Universidade Federal do Rio de Janeiro. Laboratório de Gestão da Comunicação e da Cultura das Organizações da FAAC, Núcleo de Pesquisa de Opinião da UFRJ, Bandejão: *Direito ou Necessidade?*; 2005.
11. Jomori MM, Proença RP da Costa, Calvo MCM. Determinantes de escolha alimentar. *Revista de*

- Nutrição 2008; 21 (1): 63-73.
12. Gedrich K. Determinants of nutritional behavior: a multitude of levers for successful intervention? *Appetite* 2003;41(3): 231-8.
  13. Walter SA, Tontini G, Andrade K.de A, Bach TM. Qualidade percebida de stakeholders com estratégia de melhoria dos serviços. *Revista Eletrônica de Estratégia Negócios* 2014; 7(1). Disponível em: <<http://portaldeperiodicos.unisul.br/index.php/EeN/index>>.
  14. Gianese IGN, Correa HL. Administração estratégica de serviços: operações para a satisfação do cliente. São Paulo: Atlas; 2013.
  15. Grönroos C, Marketing, gerenciamento e serviços: a competição por serviços na hora da verdade. Rio de Janeiro: Campus; 1995.
  16. Parasuraman A, Zeithaml VA, Berry LL. SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions. *Journal of Service Quality Retailing* Spring 1988; 64:12-40.
  17. Parasuraman A, Zeithaml VA, Berry LL. Alternative scales for measuring service quality: a comparative assessment based on psychometric and diagnostic criteria. *Journal of Retailing* 1994;70(3): 201-230.
  18. Kotler P. Administração de Marketing. 10. Ed. São Paulo: Prentice-Hall; 2000.
  19. Parasuraman A, Berry LL, Zeithaml VA. Refinement and reassessment of the SERVQUAL scales. *Journal of Retailing* 1991;67(4): 420-50.
  20. Freitas ALP, Bolsanello FMC, Viana NRRG. Avaliação da qualidade de serviços de uma biblioteca universitária: um estudo de caso utilizando o modelo Servqual. *Ciência da Informação* 2008;37(3): 88-102.
  21. Sampaio MFA, Kepple AW, Segall-Corrêa AM, Oliveira JT, Panigassi G, Maranhã LK et al. (In) Segurança Alimentar: experiência de grupos focais com populações rurais do Estado de São Paulo. *Segurança Alimentar e Nutricional* 2006;13(1): 64-77.
  22. Neto OC, Moreira MR, Sucena LFM. Grupos focais e pesquisa social qualitativa: o debate orientado como técnica de investigação. In: Anais do XIII Encontro da Associação Brasileira de Estudos Populacionais; nov. 2002; Ouro Preto, Minas Gerais, Brasil. Ouro Preto; 2002. p 26.
  23. Jesus AA. Satisfação de clientes de serviços de restaurantes: um estudo na cidade do Salvador-BA. [Dissertação]. Santa Catarina: Universidade do vale do Itajaí (UNIVALI); 2005.
  24. Tinoco MAC, Ribeiro JLD. Estudo qualitativo dos principais atributos que determinam a percepção de qualidade e de preço dos consumidores de restaurantes à la carte. *Gestão da Produção* 2008; 15(1): 73-87.



25. Coutinho EP, Moreira RT, Souza DM. Aplicação do ciclo de serviços na análise da gestão da qualidade de um restaurante universitário. In: XXV Encontro Nacional de Engenharia de Produção. Nov. 2005; Porto Alegre, RS, Brasil. Porto Alegre; 2005. p 1247-1254.
26. Tinoco MAC, Ribeiro JLD. Modelagem robusta para a satisfação de clientes de serviços. *Prod.* 2014; 21(1): 104-117.
27. Poulain JP. Sociologia da Alimentação. Florianópolis: Editora da UFSC (Série Nutrição); 2004.
28. Brasil. Ministério da Saúde. Resolução RDC no 216, de 15 de setembro de 2004. Aprova o regulamento técnico de boas práticas para serviços de alimentação. *Diário Oficial da União, Brasília*, 2004.
29. Pinheiro FA, Leite AAM, Oliveira MSA. Avaliação da qualidade percebida em um restaurante temático-típico. *Revista Gerenciais* 2008;7(1): 53-59.
30. Vieira RSG, Mello SCBA. Percepção de Qualidade dos Serviços de Alimentação do SESC. [Dissertação]. Santa Rita: UFPE; 2001.
31. Zeithaml KAW, Carl P. Measuring organizational knowledge: a conceptual and methodological framework. *Strategic Management Journal* 2003; 24: 763-772.

#### Colaboradores

Barbosa MV Participou da concepção e da análise e interpretação dos dados; Rocha TG participou da concepção e da análise e interpretação dos dados; Da Silva TM e Tonini KAD participaram da redação do artigo e da sua versão final; da Silva TTC participou do desenho do estudo, da redação do artigo; Garcia SRMC trabalhou em todas as etapas desde a concepção do estudo até a revisão da versão final do artigo.

Conflito de Interesses: Os autores declaram não haver conflito de interesses.

---

Recebido: 14 de março de 2018

Revisado: 08 de agosto, 2018

Aceito: 30 de outubro de 2018