

Avaliação da qualidade percebida em serviços: Aplicação no Restaurante da Universidade Federal da Paraíba

José Flávio Rique Júnior, Ruan Eduardo Carneiro Lucas, Joalysson de Souza Marinho, Cláudio Ruy Portela de Vasconcelos

Resumo: As Universidades Federais recebem semestralmente estudantes de diversas localidades, que em muitos casos necessitam de serviços básicos, como moradia e alimentação. Com relação ao serviço de alimentação, seu fornecimento acontece através do Restaurantes Universitários e em muitas instituições de ensino são grandes alvos de críticas. Em decorrência disso, o objetivo do presente estudo é avaliar a qualidade percebida pelos usuários acerca do Restaurante Universitário (RU) da Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Para isso, inicialmente aplicou-se um questionário com vinte e duas questões para cerca de duzentos estudantes; posteriormente, utilizou-se o método de Análise Fatorial Exploratória para analisar os dados obtidos. Logo, identificou-se que a qualidade percebida pelo usuário como sendo de média para ruim. Além disso, fatores como: estrutura, atmosfera interna, flexibilidade e compromisso apresentaram valores médios inferiores ao ponto médio da escala Likert. No sentido contrário, fatores como: atendimento e confiabilidade apresentaram índices superiores.

Palavras chave: Qualidade Percebida, Restaurante Universitário, UFPB.

Evaluation of perceived quality in services: Application in the Restaurant of the Federal University of Paraíba

Abstract: Federal Universities receive students every six months from various locations, which in many cases require basic services such as housing and food. With regard to the food service, its supply happens through the University Restaurants and in many educational institutions are major targets of criticism. As a result, the aim of the present study is to evaluate the quality perceived by users about the University Restaurant (UK) of the Federal University of Paraíba (UFPB). For this, a questionnaire with twenty-two questions was initially applied to about two hundred students; Subsequently, the Exploratory Factor Analysis method was used to analyze the obtained data. Therefore, it was identified that the quality perceived by the user as being average to poor. In addition, factors such as structure, internal atmosphere, flexibility and compromise presented mean values lower than the midpoint of the Likert scale. Conversely, factors such as: service and reliability showed higher rates.

Key-words: Perceived Quality, University Restaurant, UFPB.

1. Introdução

Os alunos universitários da sociedade contemporânea consomem grande parte da sua rotina diária dentro dos ambientes acadêmicos, seja nas salas de aula, nos laboratórios, nas bibliotecas, nos ambientes de estudo, etc. Sendo assim, são considerados os locais mais frequentados após os ambientes domiciliares (LUCAS; SILVA, 2017).

Essa situação cria a obrigação das faculdades oferecerem todo o suporte estrutural, desde internet, banheiros, bibliotecas, espaços de estudo e ambientes de alimentação. Uma estrutura de qualidade é requisito básico para garantir a satisfação dos usuários e possibilitar o pleno desenvolvimento das atividades.

Nas universidades públicas o cenário é similar, porém mais complexo. Esse tipo de universidade recebe muitos alunos de diferentes localidades, tornando necessário ampliar a estrutura básica de um ambiente de ensino e oferecer condições mínimas e dignas de moradia e alimentação.

A alimentação da comunidade acadêmica é responsabilidade dos Restaurantes Universitário (RU). O surgimento do primeiro restaurante ocorreu na década de 1950, quando a Universidade do Brasil iniciou a criação do primeiro RU no Rio de Janeiro. A instituição mantinha ainda em outras faculdades e algumas escolas da cidade restaurantes para atendimento de funcionários e alunos (MEC, 1984).

Os Restaurantes Universitários (RU's) têm sua importância fundamentada em três aspectos básicos distintos: o prazer proporcionado pela alimentação; a praticidade, que pode ser aliada tanto ao desejo da refeição quanto à necessidade de alimentar-se; e por último, a saúde, geralmente ligada a uma necessidade específica do comensal de realizar esta refeição (VIDRIK, 2006).

Diante da importância da presença dos RU's no ambiente acadêmico, torna-se necessário avaliar as condições desse serviço, a fim de verificar se as necessidades básicas de uma unidade de alimentação, relacionadas com qualidade nutricional das refeições, higiene, acomodações, ventilação, dentre outros aspectos, estão sendo atendidas.

Diante do exposto, o presente trabalho tem como objetivo avaliar a qualidade percebida pelos usuários acerca do Restaurante Universitário (RU) da Universidade Federal da Paraíba (UFPB).

2. Referencial teórico

2.1 Conceito de Qualidade

Mesmo sendo utilizado em diversos contextos e citado por vários autores, há pouca convergência na literatura quando se refere à definição de qualidade (HUFF; FORNELL; ANDERSON, 1994).

Segundo Garvin (1984), os conceitos de qualidade estão agrupados em cinco diferentes abordagens. A abordagem transcendental considera que a qualidade está relacionada a superioridade de um produto ou serviço, deste modo a qualidade seria uma característica inata ao produto. Na abordagem baseada no produto, a qualidade está relacionada aos atributos do produto. Na abordagem baseada em manufatura, a qualidade está relacionada com a conformação em relação às especificações. A abordagem baseada em valor está relacionada ao custo benefício do produto. E por fim, a qualidade baseada no usuário parte da percepção do cliente, em que uma percepção positiva certifica a qualidade do produto.

Na visão de Grönroos (1990) e Fornell (1991), deve-se considerar como qualidade as especificações dos clientes, ou seja, o cliente que define se o serviço ou produto está conforme segundo suas expectativas. Slack *et al.* (1997, p. 552) reafirma a ideia quando diz: "Qualidade é a consistente conformidade com as expectativas dos consumidores". Estes conceitos de qualidade citados por Grönroos (1990) e Fornell (1991) e Slack *et al.* (1997, p. 552) estão inseridos no contexto de qualidade percebida.

2.2 Qualidade Percebida e satisfação dos clientes

A qualidade percebida é uma relação entre a expectativa do cliente com relação ao serviço e a percepção quanto à qualidade do serviço prestado. Neste sentido, o serviço terá qualidade quando atender ou superar as expectativas dos clientes. Segundo Grönroos (2003, p.90), “a boa qualidade percebida é obtida quando a qualidade experimentada atende às expectativas do cliente, isto é, à qualidade esperada”.

Grönroos (1995), divide a qualidade percebida de um serviço em duas dimensões: a dimensão técnica e a dimensão funcional. A dimensão técnica está relacionada com o resultado do serviço, ou seja, o que o cliente recebe. A dimensão funcional está relacionada ao processo, que seria como o cliente vivencia o serviço.

A qualidade percebida está relacionada ao nível de satisfação do cliente. A satisfação do cliente está relacionada tanto com a experiência atual quanto com experiências passadas, para Kotler (1998, p. 53) é: “[...] o sentimento de prazer ou de desapontamento resultante da comparação do desempenho esperado pelo produto (ou resultado) em relação às expectativas da pessoa.” Esta relação entre qualidade percebida e satisfação do cliente é apresentada por Slack *et. al.* (1997) em três possibilidades:

- Expectativa < Percepções: a qualidade percebida é boa.
- Expectativa = Percepções: a qualidade percebida é aceitável.
- Expectativas > Percepções: a qualidade percebida é pobre.

Deste modo, entende-se que a qualidade percebida deve ser vista como o que impulsiona a satisfação dos clientes. E neste contexto, a satisfação dos clientes é um ótimo indicador para mensurar a qualidade do serviço prestado.

3. Metodologia

O método quantitativo foi escolhido para atender o objetivo do estudo. De acordo com Diehl (2004), esse tipo de método se caracteriza pelo uso da quantificação, tanto na coleta quanto no tratamento das informações. Para isso, utiliza-se técnicas estatísticas, objetivando resultados que evitem possíveis distorções de análise e interpretação, possibilitando uma maior margem de segurança.

Inicialmente foi desenvolvido e aplicado um questionário com cerca de duzentos alunos (Quadro 1). Para aferição da qualidade percebida foram aplicadas vinte e duas questões, que estão expressas no questionário abaixo pela codificação QP.

P1) Indique sua idade:

(P2) Indique seu gênero: () F () M

(P3) Indique à qual centro de ensino você é vinculado:

- () Centro de Ciências Exatas e da Natureza
- () Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes
- () Centro de Ciências Médicas
- () Centro de Educação
- () Centro de Ciências Sociais Aplicadas
- () Centro de Tecnologia
- () Centro de Ciências da Saúde

() Centro de Ciências Jurídicas					
() Centro de Tecnologia e Desenvolvimento Regional - Unidade Mangabeira					
(P4) Indique quantos dias na semana você frequenta o RU: ()1 ()2 ()3 ()4 ()5					
(P5) Indique há quanto tempo você frequenta o RU: ()meses					
(P6) Indique em qual período você frequenta o RU: ()Almoço ()Jantar ()Almoço e Jantar					
(P7) Você possui alguma restrição alimentar? ()Sim ()Não					
Nas perguntas a seguir, marque uma das alternativas entre 1 e 5, sendo 1= discordo totalmente; 2 = discordo; 3= nem discordo nem concordo; 4=concordo; 5=concordo totalmente.					
(QP 1) As mesas e cadeiras estão conservadas.	1	2	3	4	5
(QP 2) As bandejas e talheres estão conservadas.	1	2	3	4	5
(QP 3) Os equipamentos são modernos e adequados às necessidades do RU.	1	2	3	4	5
(QP 4) O ambiente interno e externo são bem sinalizados.	1	2	3	4	5
(QP 5) A acessibilidade está adequada para portadores de necessidades especiais.	1	2	3	4	5
(QP 6) A disposição do mobiliário é adequada.	1	2	3	4	5
(QP 7) Os funcionários vestem-se de maneira adequada para a finalidade do serviço.	1	2	3	4	5
(QP 8) O RU cumpre o cardápio do dia.	1	2	3	4	5
(QP 9) O RU cumpre os horários estabelecidos para as refeições.	1	2	3	4	5
(QP 10) A quantidade de alimentos é suficiente para todos os usuários.	1	2	3	4	5
(QP 11) Confio no modo de preparo das refeições.	1	2	3	4	5
(QP 12) O RU possui cadastro de usuários em constante atualização.	1	2	3	4	5
(QP 13) Os funcionários transmitem confiança nas tarefas executadas.	1	2	3	4	5
(QP 14) A temperatura no RU é agradável.	1	2	3	4	5
(QP 15) Não existe fonte de odores desagradáveis dentro ou nas proximidades do RU.	1	2	3	4	5
(QP 16) A iluminação no ambiente do RU é agradável.	1	2	3	4	5
(QP 17) Os funcionários são cordiais com os usuários do serviço.	1	2	3	4	5
(QP 18) Existe um plano de atendimento em situações de emergência.	1	2	3	4	5
(QP 19) O local de realização das refeições é seguro.	1	2	3	4	5
(QP 20) A equipe técnica possui conhecimento suficiente para sanar dúvidas dos usuários.	1	2	3	4	5
(QP 21) O restaurante oferece atenção individual aos usuários.	1	2	3	4	5
(QP 22) Horário de funcionamento é apropriado para todos os usuários.	1	2	3	4	5
Você recomendaria o restaurante universitário para outras pessoas? ()Sim ()Não					
O RU é muito importante para sua vida universitária? ()Sim ()Não					

Quadro 1 - Questionário aplicado

Para análise dos dados aplicou-se o método de Análise Fatorial Exploratória (AFE). Esse método tem como objetivo determinar o número de fatores que melhor explicam e representam o conjunto de variáveis presentes no questionário.

Para efetiva aplicação do método desenvolveu-se as seguintes análises: (1) Análise do Teste KMO; (2) Análise do Teste de Barlett; (3) Análise de Variância; e (4) Análise dos Fatores. O diagnóstico de cada análise está expresso no tópico posterior.

4. Análise dos Dados

4.1 Procedimento geral

A primeira análise foi com relação a adequação dos dados amostrais a análise fatorial. Para isso, o Teste KMO (0,877) e o Teste de Barlett (P-valor = 0,000) garantiram a possibilidade de aplicação do procedimento estatístico desejado. A Tabela 1 indica esses valores encontrados.

Teste de KMO e Bartlett		
Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adequação de amostragem.		.877
Teste de esfericidade de Bartlett	Qui-quadrado aprox.	1313,055
	df	231
	Sig.	.000

Tabela 1 - Valores encontrados nos testes de KMO e Barlett

A segunda análise foi com relação as comunalidades. Nessa análise aceita-se valores iguais ou superiores a 0,5, pois o poder de explicação da variável está relacionado com o valor da sua comunalidade. Como mostra a tabela 2, a variável QP22 apresentou um valor inferior ao recomendado.

Comunalidades	
	Extração
QP1	,617
QP2	,659
QP3	,615
QP4	,644
QP5	,664
QP6	,489
QP7	,602
QP8	,638
QP9	,608
QP10	,664
QP11	,583
QP12	,503
QP13	,656
QP14	,521
QP15	,644
QP16	,643
QP17	,473
QP18	,654
QP19	,620
QP20	,681
QP21	,630
QP22	,416

Tabela 2: Valores encontrados de comunalidade

A tabela 3 indica o método das componentes principais. Logo, observou-se uma solução composta por 6 componentes, que somadas explicam cerca de 60,106% da variância total. Detalhando essa análise, o Fator 1 explica 13,168%; o Fator 2 explica 12,546%; o Fator 3 explica 10,296%; o Fator 4 explica 9,741%; o Fator 5 explica 7,593% e o Fator 6 explica 6,762%.

Variância total explicada

Componente	Valores próprios iniciais		Somadas de extração de carregamentos ao quadrado			Somadas rotativas de carregamentos ao quadrado		
	Total		Total	% de variância	% cumulativa	Total	% de variância	% cumulativa
1	6,747	6,747	6,747	30,670	30,670	2,897	13,168	13,168
2	1,792	1,792	1,792	8,146	38,816	2,760	12,546	25,714
3	1,346	1,346	1,346	6,120	44,936	2,265	10,296	36,011
4	1,168	1,168	1,168	5,307	50,243	2,143	9,741	45,752
5	1,091	1,091	1,091	4,960	55,203	1,670	7,593	53,345
6	1,079	1,079	1,079	4,904	60,106	1,488	6,762	60,106
	910							

Tabela 3 - Variância total explicada

4.2 Análise dos fatores

Os 6 fatores encontrados foram subdivididos de acordo com suas respectivas variáveis determinantes. Para essas variáveis determinantes foram identificadas suas respectivas médias e sua carga fatorial.

A tabela 4 indica a descrição do Fator 1, que possuiu um autovalor de 6,747 e explicou cerca de 13,168% da variância total, apresentando uma média de 2,413. Esse valor quando comparado a escala Likert(1-5), é inferior ao o ponto médio(2,5).

As variáveis que apresentaram maior influência nesse fator foram QP5(0,759), QP4(0,729) e QP3(0,660). Entretanto, também foram essas variáveis que apresentaram média inferior a 2,5 que é o ponto neutro na escala Likert. As demais variáveis apresentaram valores médios superiores ao ponto neutro da escala.

FATOR 1 – ESTRUTURA(Tangibilidade e acesso)		
Autovalor: 6,747 / Explica 13,168% / Média do fator 2,413		
Variáveis	Carga Fatorial	Média da variável
QP5) A acessibilidade está adequada para portadores de necessidades especiais	0,759	2,42
QP4) Os ambientes interno e externo são bem sinalizados	0,729	2,19
QP3) Os equipamentos são modernos e adequados às necessidades do RU	0,660	2,20
QP1) As mesas e cadeiras estão conservadas	0,541	2,52
QP6) A disposição do mobiliário é adequada	0,504	2,58
QP2) As bandejas e talheres estão conservadas	0,419	2,57

Tabela 4 - Descrição do fator 1

A tabela 5 indica a descrição do Fator 2, que possuiu o autovalor de 1,792, explicou cerca de 12,546% da variância total e apresentou uma média de 2,984. Esse valor quando comparado a escala Likert (1-5) é superior ao o ponto médio (2,5).

As variáveis que apresentaram maior influência nesse fator foram QP13(0,649), QP7(0,642) e QP17(0,642). Entretanto, ressalta-se que todas as variáveis apresentaram valor

superior a 2,5. Porém, duas variáveis apresentaram importantes valores médio: a variável QP7, com 3,41; e QP9 com 3,37.

FATOR 2 – ATENDIMENTO		
Autovalor: 1,792 / Explica 12,546% / Média do fator 2,984		
Variáveis	Carga fatorial	Média das variáveis
QP13) Os funcionários transmitem confiança nas tarefas executadas	0,649	2,70
QP7) Os funcionários vestem-se de maneira adequada para a finalidade do serviço	0,642	3,41
QP17) Os funcionários são cordiais com os usuários do serviço	0,642	2,89
QP9) O RU cumpre os horários estabelecidos para as refeições	0,593	3,37
QP22) Horário de funcionamento é apropriado para todos os usuários.	0,542	2,55

Tabela 5 - Descrição do fator 2

A tabela 6 indica a descrição do Fator 3, que possuiu o autovalor de 1,346 e explicou cerca de 10,296 % da variância total, apresentando uma média de 2,465. Esse valor quando comparado a escala Likert (1-5), é inferior ao o ponto médio (2,5).

As variáveis QP16(0,766), QP15(0,712) apresentaram maior influência nesse fator. Por fim, observa-se que as variáveis QP15 e QP14 apresentaram valores médios inferiores ao ponto médio da escala Likert. Por outro lado, QP16 e QP19 apresentaram valores superiores.

FATOR 3 – Atmosfera interna		
Autovalor: 1,346 / Explica 10,296% / Média do fator 2,465		
Variáveis	Carga fatorial	Média das variáveis
QP16)A iluminação no ambiente do RU é agradável	0,766	2,70
QP15) Não existe fonte de odores desagradáveis dentro ou nas proximidades do RU.	0,712	2,48
QP19)O local de realização das refeições é seguro.	0,517	2,60
QP14)A temperatura no RU é agradável.	0,388	2,08

Tabela 6 - Descrição do fator 3

Conforme mostra a tabela 7, o autovalor do Fator 4 é de 1,169, que explicou 9,741% da variância total e apresentou uma média 2,31. Esse último, quando comparado a escala Likert apresenta uma inferioridade com relação ao ponto médio.

As variáveis QP18(0,746), QP21(0,731) apresentaram maior influência nesse fator. Entretanto, todas as variáveis apresentaram valores médios inferiores ao ponto médio da escala Likert.

FATOR 4 – Flexibilidade		
Autovalor: 1,169 / Explica 9,741% / Média do fator 2,31		
Variáveis	Carga fatorial	Média das variáveis
QP18) Existe um plano de atendimento em situações de emergência	0,746	2,31
QP21) O restaurante oferece atenção individual aos usuários	0,731	2,22
QP20) A equipe técnica possui conhecimento suficiente para sanar dúvidas dos usuários	0,575	2,40

Tabela 7 - Descrição do fator 4

O Fator 5 explicou cerca de 7,593% da variância total e apresentou o autovalor de 1,091. Com relação as variáveis, observa-se que as duas (QP8 e QP10) apresentaram valores superiores a 2,5. A tabela 8 indica a descrição acima.

Fator 5 – Confiabilidade		
Autovalor: 1,091 / Explica 7,593% / Média do fator 2,78		
Variáveis	Carga fatorial	Média das variáveis
QP8) O RU cumpre o cardápio do dia	0,756	3,03
QP10) A quantidade de alimentos é suficiente para todos os usuários	0,652	2,53

Tabela 8 - Descrição do fator 5

Conforme mostra a tabela 9, o Fator 6 explicou cerca de 6,762% da variância total e apresentou uma média de 2,425. Com relação as variáveis QP12 e QP11, elas apresentaram uma média (2,48 e 2,37 respectivamente) inferior ao ponto médio da escala Likert.

Fator 6 – Compromisso		
Autovalor: 1,079 / Explica 6,762% / Média do fator 2,425		
Variáveis	Carga fatorial	Média das variáveis
QP12) O RU possui cadastro de usuários em constante atualização	0,620	2,48
QP11) Confio no modo de preparo das refeições	0,564	2,37

Tabela 9 - Descrição do fator 6

5. Conclusões

O presente trabalho teve como objetivo realizar um diagnóstico da situação atual do RU da UFPB a partir da qualidade percebida pelos usuários. Para isso foi desenvolvido um modelo composto por 22 variáveis agrupadas em seis fatores, sendo eles: estrutura, atendimento, atmosfera interna, flexibilidade, confiabilidade e compromisso.

Na análise geral considera-se a qualidade percebida pelo usuário como sendo de média para ruim. Os fatores: estrutura, atmosfera interna, flexibilidade e compromisso

apresentaram valores médios inferiores ao ponto médio da escala Likert. No sentido contrário, fatores como atendimento e confiabilidade apresentaram índices superiores.

Com relação a estrutura considera-se que pontos como acessibilidade, sinalização e a existência de equipamentos modernos e adequados não tiveram uma boa percepção por parte dos usuários. Com relação a atmosfera interna, a temperatura foi a que apresentou a pior percepção por parte dos usuários; seguido pela possível inexistência de fonte de odores. Com relação a flexibilidade, considera-se que o atendimento individual; o plano de atendimento em situações de emergência e a capacitação da equipe para sanar as dúvidas dos usuários foram pontos negativos segundo a percepção dos usuários. E por fim, com relação ao compromisso, observa-se uma percepção negativa dos usuários com relação a atualização de cadastro e a confiança no modo de preparo.

Sem a realização de pesquisa de mercado já era perceptível a deficiência do RU em determinados aspectos. Nessa perspectiva, os resultados desse trabalho corroboram essa afirmação, além de identificar os pontos que precisam ser melhorados.

Nesse sentido, os resultados encontrados nesse trabalho se caracterizam como uma importante base de informações que permite auxiliar os gestores no processo de otimização do serviço oferecido dentro do Restaurante Universitário.

Por fim, fica evidente a importância da pesquisa de mercado na identificação dos pontos positivos e negativos acerca do serviço disponibilizado. Além disso, possibilita que os gestores direcionem os esforços para as variáveis que apresentaram uma percepção negativa por parte dos usuários.

Referências

HUFF, L.; FORNELL, C.; ANDERSON, E.W. Quality and productivity: contradictory and complementary. **Working Paper**, NQRC (National Quality Research Center): The University of Michigan, 1994.

GARVIN, David A. What Does "Product Quality" Really Mean?. **Fall Magazine**, 1984.

GRÖNROOS, C. **Service management and marketing**: managing the moment of truth in service competition. Lexington: Free Press, Lexington Books, 1990.

FORNELL, C. **National and corporate customer satisfaction indexes**. A presentation at the World Quality Day. Amsterdam: World Trade Center, 1991.

GRÖNROOS, C. **Gerenciamento e serviços**: A competição por serviços na hora da verdade. Rio de Janeiro: Campus, 1995.

GRÖNROOS, C. **Gerenciamento e serviços**: A competição por serviços na hora da verdade. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

LUCAS, Ruan Eduardo Carneiro; SILVA, Luiz Bueno. Conforto ambiental em sala de aula: análise da percepção térmica dos estudantes de duas regiões e estimação de zonas de conforto. **Revista Produção Online**. Florianópolis, SC, v.17, n. 3, p. 804-827, 2017.

SLACK, N.; CHAMBERS, S.; HARLAND, C.; HARRISON, A. & JOHNSTON, R. **Administração da Produção**. Atlas, São Paulo, 1997.

KOTLER, Philip, ARMSTRONG, Gary. **Princípios de marketing**. Rio de Janeiro: Prentice Hall do Brasil, 1998



IX CONGRESSO BRASILEIRO DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO

Ponta Grossa, PR, Brasil, 04 a 06 de dezembro de 2019

DIEHL, ASTOR ANTONIO. **Pesquisa em ciências sociais aplicadas: métodos e técnicas.** São Paulo: Prentice Hall, 2004.